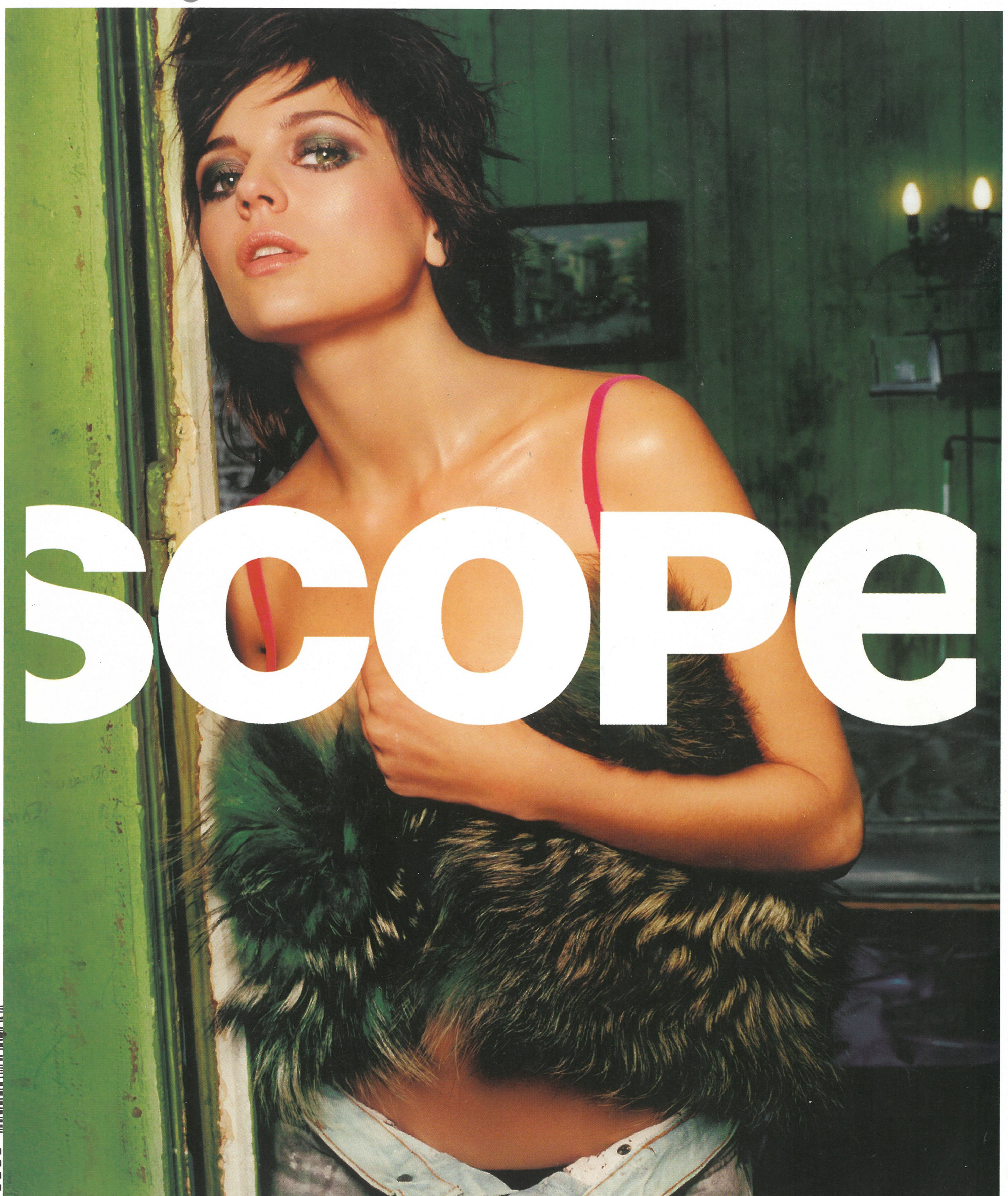
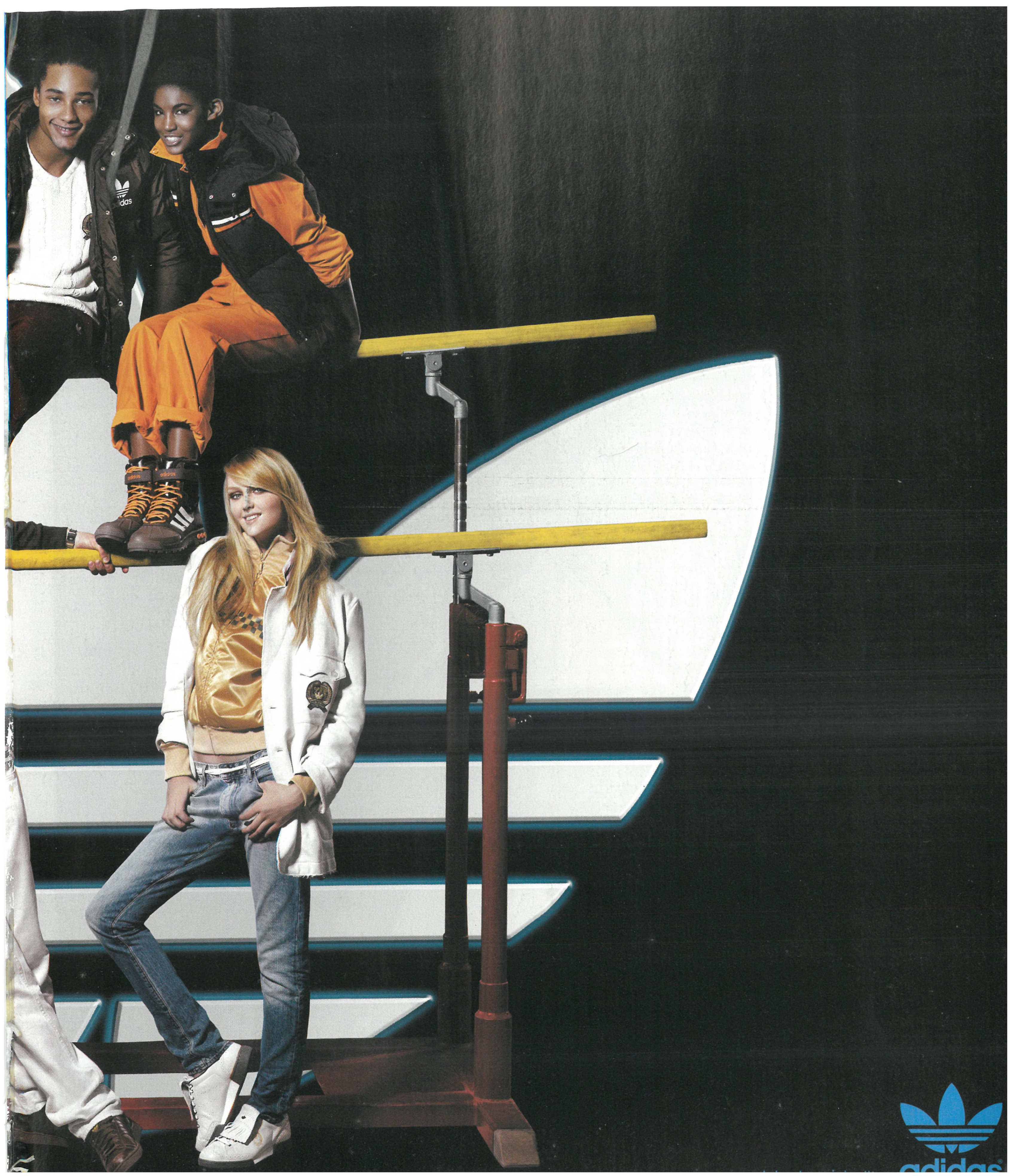
SCOPE magazine NOV-DIC 2005
P.V.P. LANZAMIENTO: 3€

REVISTA DE TENDENCIAS VISUALES

CINE_NUEVAS TECNOLOGÍAS_MODA_VIDEOJUEGOS_MÚSICA_DISEÑO_INTERNET_ARTE



Corbijn/Glazer/Romanek/Sednaoui_Francesc Pons_Javier Rebollo_**Elena Anaya**


adidas
adidas



Start

ELENA ANAYA
A SU ALREDEDOR, LA VIDA CONGELADA

SU MIRADA ES TODAVÍA MÁS INTENSA Y PENETRANTE AL NATURAL DE LO QUE PARECE EN LA PANTALLA. SUS APARICIONES EN 'FAMILIA' (FERNANDO LEÓN DE ARANOA, 1996) O 'LÁGRIMAS NEGRAS' (RICARDO FRANCO Y FERNANDO BAULUZ, 1998) AUGURABAN UN POTENCIAL QUE ACABARÍA ESTALLANDO EN UN BREVE, INTENSO Y PERTURBADOR PAPEL: EL ÚNICO SEXO CON VEROSIMILITUD Y ESPINAS DE 'LUCÍA Y EL SEXO' (JULIO MEDEM, 2001). ES GUAPA CASI HASTA LO BEATÍFICO, PERO HAY ALGO MÁS. DOMINA CUALQUIER REGISTRO Y CADA VEZ QUE HACE UNA DEMOSTRACIÓN DE HABILIDADES CONGELA TODO LO QUE OCURRE A SU ALREDEDOR. ENTONCES, SÓLO OÍMOS SU VOZ. HABLA BAJITO, PERO SE LE ENTIENDE TODO Y DESARMA CON EL MAGNETISMO DE SU MERA PRESENCIA. INEXORABLEMENTE.

CINE Y TEATRO

_¿QUÉ HAS APRENDIDO DEL TEATRO?

_EN EL TEATRO CADA DÍA SALTAS A LA HOGUERA. DA IGUAL CÓMO TE ENCUENTRES Y EL PÚBLICO QUE TENGAS, DEBES SALIR Y DARLO TODO. CADA FUNCIÓN, ÚNICA E IRREPETIBLE, TE PERMITE ABSORBER LA ENERGÍA DEL PÚBLICO Y DEVOLVÉRSELA.

_DIME UNA PELÍCULA QUE TE HAYA CONMOVIDO PROFUNDAMENTE.

_'MI VIDA SIN MÍ' DE ISABEL COIXET ME DEJÓ TEMBLANDO DOS DÍAS. LLORÉ LO QUE NO ESTÁ ESCRITO. PERO LLORÉ DE GUSTO, DE SATISFACCIÓN, DE SENTIRME SANA Y TENER LA VIDA QUE TENGO.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 18.

F: WWW.LICKERISH.BIZ

menu







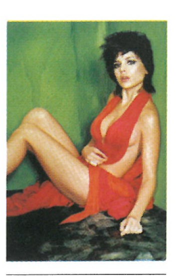


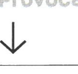








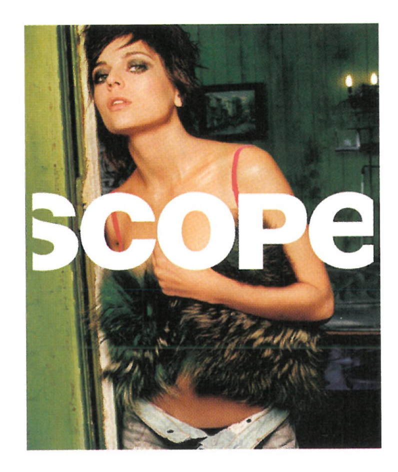









edit



SCOPE MAGAZINE
Noviembre-Diciembre 2005
Portada y separadores: Elena Anaya (fotografías de Willy Camden, estilismo de Emma Carlsen, peluqueria de Lance Low con productos Aveda, y maquillaje de Sarah Exley con productos Benefit and Dermalogica).
www.lickerish.biz

OFICINA EDITORIAL
Scope Magazine (BCN)
Rambla de Catalunya 91-93, 2º 2ª
08008 Barcelona
info@scope-magazine.com
www.scope-web.com

OFICINA COMERCIAL
Scope Magazine (Madrid)
C/ Doctor Castelo 10, 3ºD
28009 Madrid
tel: (34) 91 504 37 10 / (34) 91 504 36 80
FAX: (34) 91 504 36 80
abravo@scope-magazine.com
www.scope-web.com

EDITA
Digiad Consulting S.L.
www.scope-web.com

IMPRIME
Rotographik S.A.
Carretera de Caldes Km. 3,7
08130 Santa Perpètua de Mogoda (Barcelona)

DISTRIBUYE
Mode Service S.L.
Avda. Somosierra 12, 1º E
28700 San Sebastián de los Reyes (Madrid)

DEPÓSITO LEGAL: B-45613-2005

Staff

EDITORES
Eva Baró
Antoni Solé
scope@scope-magazine.com

DIRECTOR
Marc Prades
mprades@scope-magazine.com

DIRECTOR CREATIVO
Jordi Duró
jduro@scope-magazine.com

DIRECTORA DE ARTE
Violeta Valle
vvalle@scope-magazine.com

DIRECTORA DE REDACCIÓN
Eulàlia Iglesias
eiglesias@scope-magazine.com

COORDINADOR DE REDACCIÓN
Ramón Ayala
rayala@scope-magazine.com

CORRECCIÓN Y ESTILO
Xavier Cervantes
redaccion@scope-magazine.com

DISEÑADORA GRÁFICA
Sandra Bosch
sbosch@scope-magazine.com

DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA
Mariano Herrera
mherrera@scope-magazine.com

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN
Marc Anglès
mangles@scope-magazine.com

DIRECTORA COMERCIAL
Asunción Bravo
abravo@scope-magazine.com

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN
Susanna García
sgarcia@scope-magazine.com

COLABORADORES

TEXTOS:
Javier Abio, Albert Alcoz, Nacho Antolín, Pedro Berruezo, David Bravo, Javier Candeira, Gerard Casas, Quim Casas, Luis Carrizo, Luis Cerveró, Mery Cuesta, Amanda Cuesta, Alexandre D'Averc, Teresa Domingo, Ignacio Escolar, Desirée de Fez, Juan Manuel Freire, Rodrigo Fresán, Tomás Gui, Ariel Guersenzvaig, Andrés Hispano, Nacho Herrero, Hilario J. Rodríguez, Jack Lang, María Lavilla, Carolina López, Albert M. López-Amor, Maribel López, Violeta Kovacsics, Manel Martínez, Juan Carlos Martorell, Isaac Monclús, Juan Mute, Manuel Olveira, Rosa Pera, Marta Peirano, Joan Pons, Óscar del Pozo, Ricard Ramos García, Michael Robinson, Dimas Rodríguez, Nando Salvà, Jordi Sánchez Navarro, Daniela Santos, Lope Serrano, Xavi Serra, Manuel Yáñez Murillo, Daniel Ureña, Toni Vall y José Luis de Vicente.

FOTOGRAFÍAS:
Nacho Alegre, Willy Camden, Nicolas Guerin, Mariano Herrera, Misha Kominek, Lucrecia Olano, Daniel Ortega, Iñaki Pardo, Miguel Ángel Rebollo, Michael Robinson, Raimon Solà.

MODA:
Nacho Alegre, Paloma Blanco, Asunción Bravo, Xosé Cobas/Group Models, Sílvia Foz, Júlia Francino, Madeleine Nielsen/Group Models, Emil Kerme/Group Models, Lola Moreno, Marc Lozano, Nilo Mur, Mireia Soler/Servimatge, Gemma Soriano/Servimatge, Estefanía Tena/Group Models y Ugo Passalacqua.

AGRADECIMIENTOS:
Dèlia Adroer, Leo Antolín, AudioMayer (Jens, Loco y Mike), Jordi Balló, Mónica Blas, Elisabeth Cabrero, Hotel Diagonal Silken, Sandra Ejarque, Fnac Triangle, Raquel Franco, Marc Gómez del Moral, Steven Heller, Isao, Lobby BCN, Pau March, Rapa, Nerea Rubio, María y David Ruiz, Belén Sandoval y Bernat Vilaplana.

¿Por qué Scope Magazine? Ante la dispersión de contenidos de las actuales revistas de tendencias, hemos creído necesario un formato, Scope Magazine, que las aglutine, una revista que interrelacione el consumo con la creación y que hable de los nuevos comportamientos que están cambiando casi todos los hábitos sociales. Scope Magazine plantea cubrir un hueco en cuanto a los contenidos de las revistas de tendencias en España.

Scope Magazine abre los ojos a una manera de vivir Scope, que significa la integración en el uso cotidiano de las últimas tendencias y modas dentro de los espacios comunes, físicos o virtuales, utilizando la tecnología y lenguajes visuales con los que nos vinculamos constantemente. Pretendemos ponerte al día del panorama internacional de ocio y entretenimiento más atractivo y provocador, el que existe o el que está por venir.

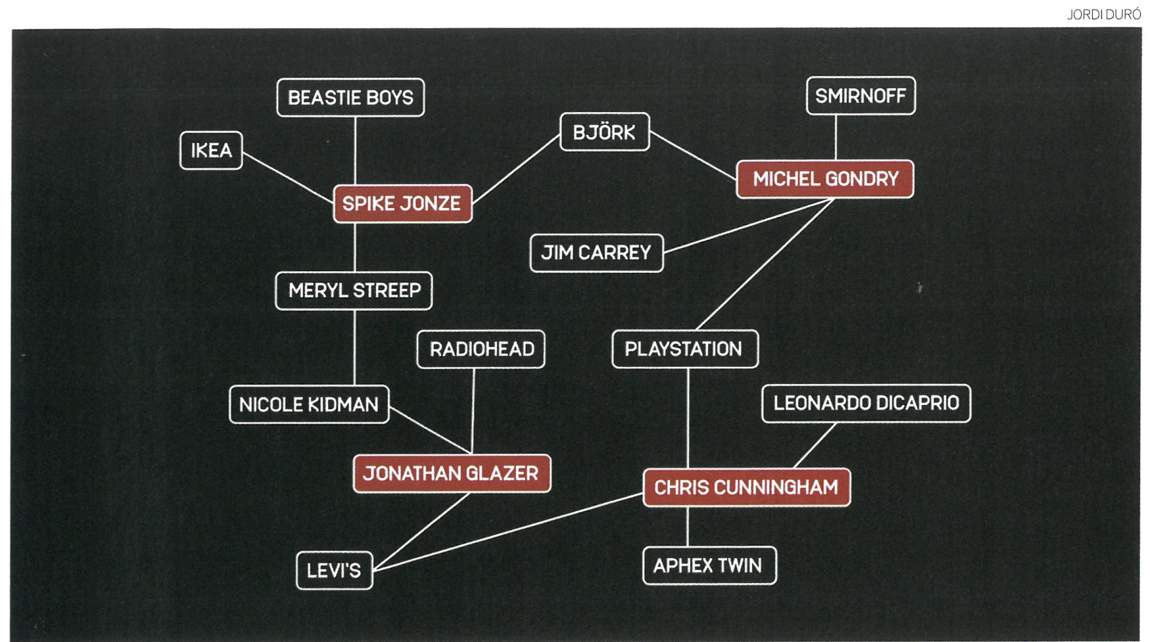
Scope Magazine tiene dos velocidades: la primera parte de la revista es un viaje visual y entretenido para traernos a la última parada y destino donde nos adentramos en unos contenidos de análisis, estudio y planteamiento con unos textos que serán coleccionables para muchos de nuestros lectores.

Scope Magazine significa también la entrada de una generación de jóvenes periodistas y profesionales casi inédita en los medios de comunicación. En Scope Magazine no sólo tienen un espacio como colaboradores; la revista está dirigida por ellos, acompañados de un joven y brillante equipo editorial y artístico que está detrás de esta publicación. Una amplia red de colaboradores, de muy distintas disciplinas, contribuye también en la elaboración de este número.

Esta revista que te presentamos ha sido profundamente diseñada y preparada hasta conseguir el resultado y los soportes necesarios. Es la primera de varias incursiones de la marca Scope, junto a la apertura de la primera multisala de cine Scope en España –concretamente en Barcelona– en el terreno de la comunicación y el ocio, incursiones que esperamos poder compartir contigo próximamente.

Eva Baró
Antoni Solé
Editores

JORDI DURÓ



LINKS:
-WWW.SCOPE-WEB.COM[1]
-WWW.UOC.ES/WEB/ESP/ARTICLES/CASTELLS/CASTELLSMAIN1.HTML[2]
-WWW.WIRED.COM[3]
-WWW.RES.COM[4]
-WWW.AEC.AT[5]
-WWW.SONAR.ES[6]
-WWW.DIRECTOR-FILE.COM/CUNNINGHAM[7]
-WWW.YUGOP.COM[8]
-WWW.DIRECTOR-FILE.COM/GONDRY[9]
-WWW.APPLE.COM/IPOD[10]
-HTTP://ES.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/BLOG[11]
-WWW.LASINDIAS.COM/INFORMES/11M.PDF[12]
-WWW.ELASTICO.NET/ARCHIVES/005241.HTML[13]
-WWW.DOGME95.DK[14]
-WWW.BBC.CO.UK/DNA/H2G2/A406973[15]
-WWW.ELASTICO.NET/COPYFIGHT[16]
-WWW.FREE-CULTURE.CC/REMIXES[17]
-HTTP://ELAMANTE.COM.AR/NOTA/0/0858.SHTML[18]
-WWW.KICKTHEMACHINE.COM[19]
-WWW.TRENDESOMBRAS.COM/NUM1/CRITICA_SPIRITUAL.ASP[20]
-WWW.MISHAKOMINEK.COM[21]
-WWW.SCPF.COM[22]

Cambiar

Ya estamos aquí. Por fin. Aquí la tienes. Entre tus manos: **Scope Magazine**[1], la revista de las tendencias visuales, de la cultura audiovisual y los nuevos medios. Un nuevo concepto de revista, sin prejuicios ni complejos: un importante paso hacia delante. ¿Por qué?
En cinco años las cosas han cambiado mucho. Muchísimo. Los extraordinarios avances de las nuevas tecnologías están modificando para siempre nuestra manera de **comunicarnos**[2] y de crear. Las relaciones personales y profesionales, los negocios y los hábitos de consumo, la organización social, la cultura, el espectáculo, todo se ve afectado. Revistas como **Wired**[3] o **Res**[4], o eventos como **Ars Electronica**[5] o **Sónar**[6], son excelentes iniciativas que nos hablan y reflexionan sobre ello desde hace tiempo.
La nueva creatividad está rompiendo fronteras, disciplinas, formatos y géneros pasmosamente. Uno ya no sabe cómo clasificar el trabajo de un realizador como **Chris Cunningham**[7], si se trata de un videoclip, de un cortometraje, de una pieza de videoarte, de una película o de algo absolutamente nuevo. Y lo mismo diríamos de un diseñador gráfico como **Yugo Nakamura**[8]. El hecho de que **Michel Gondry**[9], el gran mago de la creación digital, que viene de regalarnos los mejores cuentos visuales en forma de videoclips de toda nuestra historia audiovisual, se esté convirtiendo en el estandarte del nuevo cine, dando buena taquilla, Oscars y buenas críticas dentro de la industria cinematográfica de siempre, es como para detenerse a reflexionar un rato.

LA ERA DIGITAL

El **IPod de Apple**[10], una empresa nacida en la California contracultural de los sesenta, se ha convertido en todo un símbolo para una generación: la generación digital, de la que todos, directa o indirectamente, somos miembros. Ahora no hacemos fanzines fotocopiados, creamos **blogs**[11]. Ahora no grabamos maquetas en casetes o CDs, distribuimos directamente nuestra música por la red. Incluso nos podemos convertir en emisora de radio gracias al *podcasting*. Ahora no nos informamos únicamente a través de las televisiones y los periódicos masivos, tenemos internet como herramienta paralela y casi fundamental (miren los ejemplos del 11-S, el **11-M**[12] o el **7-J**[13]). Nos organizamos con agendas electrónicas, trabajamos desde nuestro ordenador portátil, nos enviamos constantemente e-mails y SMS como quien come pipas, y nos tumbamos en el sofá para disfrutar de las mejores películas en DVD cuando nos place. Y nos comunicamos desde la hipertextualidad, como bien estoy haciendo ahora. En definitiva: nuestra relación ya cotidiana con la tecnología está provocando que todos podamos comunicar y crear, emitir y editar, diseñar y filmar.

LOS INTERMEDIARIOS

"El cine sólo se convertirá en arte cuando su material sea tan barato como un papel y un lápiz", decía Jean Cocteau. Hace cinco años hablábamos de cómo la revolución digital nos regalaba una oportunidad de oro para romper el elitismo económico del séptimo arte. La democratización del cine, que llamaban algunos. Muestras **ha habido**[14], aunque menos de las que nos esperábamos. Porque la gran mayoría se ha topado con el mismo problema: la distribución. Cómo verlo, cómo disfrutarlo.
En la música estamos viviendo una revolución sin precedentes. La industria discográfica hace aguas, pero nunca antes en la historia se había producido y consumido tanta música como ahora. El sistema de compresión **MP3**[15] y los programas P2P de intercambio en la red están abriendo horizontes insospechados. En este sentido, el **fundamental**[16] debate sobre los derechos de autor y la **circulación libre de cultura**[17] es uno de los temas a los que deberíamos estar muy atentos.
Los cinéfilos tradicionalmente asociados a las filmotecas, los cines de versión original y los festivales de cine europeos, ahora, en una noche, desde el ordenador de casa, se pueden bajar las últimas películas de **Olivier Assayas**[18], **Apichatpong Weerasethakul**[19] o **Aleksandr Sokurov**[20], sencillamente porque nadie las está distribuyendo como se merecen por los canales tradicionales. Y eso es extremadamente significativo. Y grave. Las innovaciones en la distribución de contenidos que está provocando internet están siendo hackeadas en búsqueda de una vía de escape para facilitar el acceso a todo aquello que el mercado no entiende como rentable. Por eso las grandes minorías responden y proponen. Porque el gran mercado no siempre es sabio, no siempre entiende todas las necesidades de su público.

LA APUESTA

En este momento tan crucial es cuando Scope Magazine es más necesaria que nunca. Una revista para ver y para leer, para evadirse, informarse y para reflexionar. Una revista presentada desde y para la mejor creatividad, que apuesta por la calidad desde la más honesta profesionalidad, coherencia y autoridad. Una revista transversal que pretende conectar disciplinas, públicos y hábitos de cultura y consumo estrechamente relacionados que, aunque nadie lo haya mostrado antes, sabemos perfectamente que conforman un mismo universo y un mismo estilo de vida.
Para acabar, agradecer sincera y profundamente la visión, las ganas y el apoyo de nuestros nuevos compañeros de viaje: Eva y Antoni. A Ángel y a Mario por todo lo que ya sabéis, a **Misha**[21] por ser el primero en todo, a **Philippe, Toni y Rafa**[22] por apostar por nosotros en aquel estupendo año, y a todos nuestros amores, amigos y colaboradores que durante cinco años nos han ayudado consciente o inconscientemente a llegar hasta aquí, al comienzo de esta nueva, ambiciosa e ilusionante etapa. Gracias y bienvenidos todos.

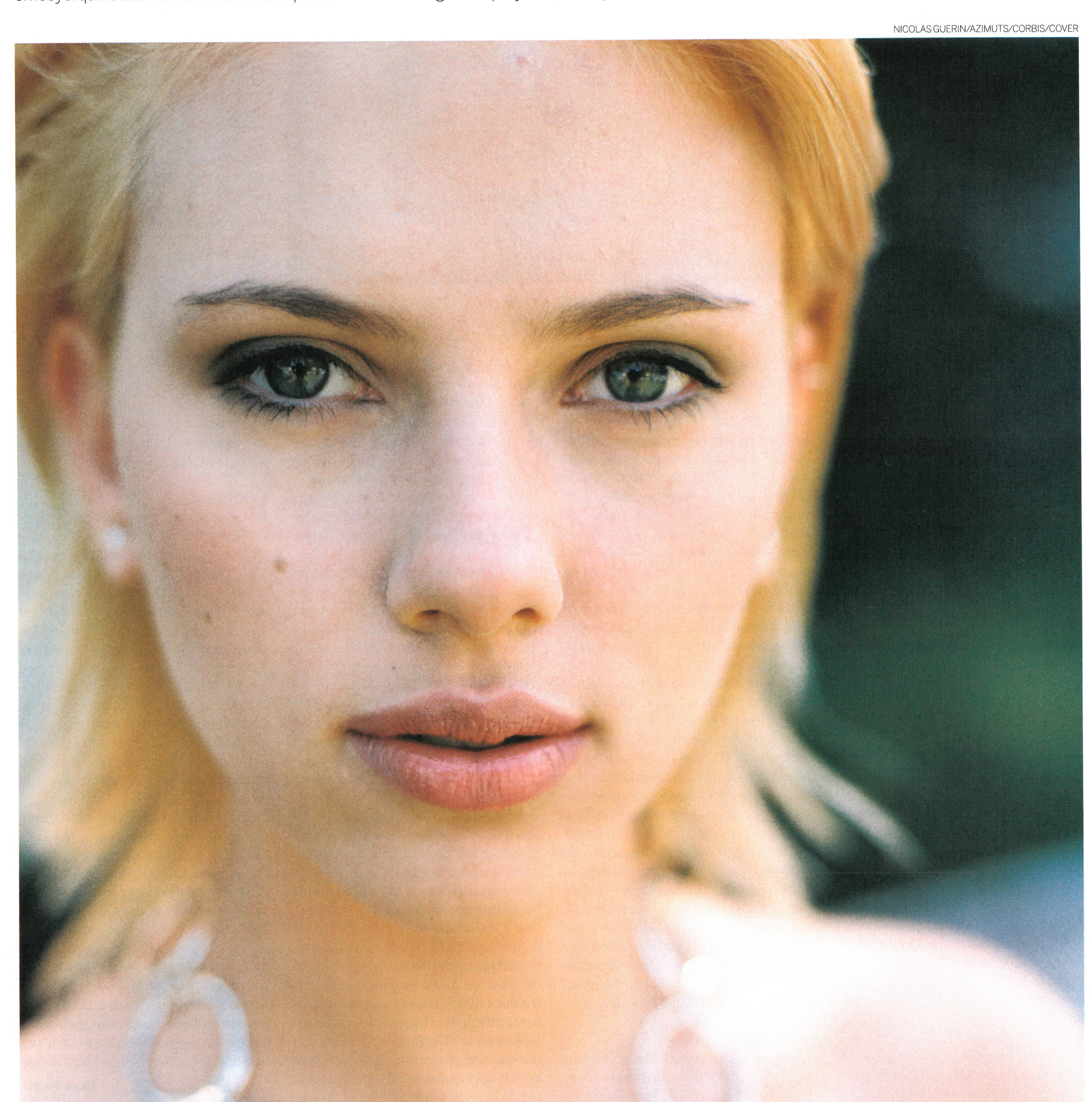
Marc Prades
Director

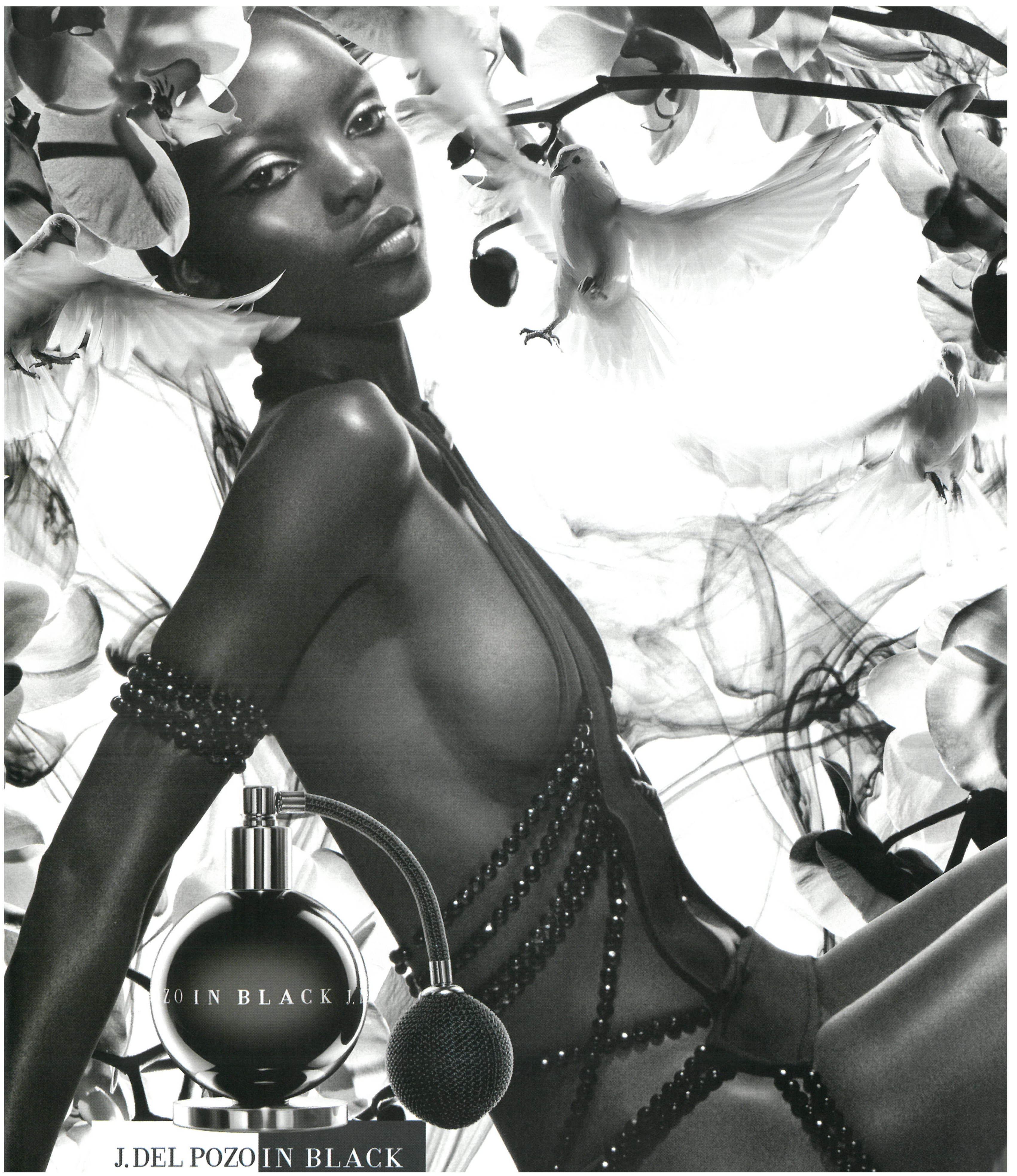
LA ACTRIZ

Scarlett Johansson. Chica Allen, chica Klein

Es una voz y un cuerpo real a los que aferrarse cuando Hollywood nos empacha con otra rubia oxigenada, simpática y tratada con Photoshop. Tras convertirse en la reina de la sofisticación de la mano de Sofia Coppola en *Lost in Traslation* (2003) y conseguir ser la imagen de uno de los perfumes de Calvin Klein, Scarlett Johansson desoye el credo *hipster* para enrolarse en una de las neurosis urbanitas de Woody Allen. *Match Point* (2005) es de lo mejor que ha hecho el neoyorquino últimamente. La chica repite con Allen en el siguiente proyecto, cosa que no le ocurría al realizador desde... ¿Diane Keaton, Mia Farrow...?

NICOLAS GUERIN/AZIMUTS/CORBIS/COVER




ZO IN BLACK J.I
J.DEL POZO IN BLACK

EL DISEÑADOR DE MODA

Josep Abril. Masculino singular





T: Daniela Santos **F:** Misha Kominek

Hay que ser valiente para dedicarse sólo a la moda masculina en España, donde la coquetería con pantalones es propiedad de un grupo de fashionistas. Con más de diez años desfilando en la Pasarela Gaudí y varios premios como joven talento, el barcelonés de 43 años Josep Abril integra la primera fila de diseñadores españoles y su ropa para el hombre urbano es hoy la más *trendy* del panorama nacional e internacional. Y no para, porque además de su marca, Abril ha diseñado, por cuarta temporada, la colección Armand Basi Hombre, ha creado camisetas para el Sónar, y es responsable del *look* del personal del hotel Omm de Barcelona.

_¿Para qué tipo de persona diseñas?

_Para los que no se definen con una sola palabra.

_¿Cómo viste el hombre en España?

_Si se preocupara menos por lo que dicen, se vestiría mucho mejor.

_¿Usas tu propia ropa?

_Siempre. Soy un poco conejito de indias... Uso mi ropa de segunda mano y la combino con la de algún otro diseñador como Martin Margiela.

_Una pieza no puede faltar en el guardarropa de un hombre elegante.

_Una americana, que no tiene porque ser de sastre perfecta. Hay que suprimir esa idea de ponerse la americana por obligación. Lo bueno es jugar a ponértela al revés, de segunda mano...

_H&M ha contratado a Karl Lagerfeld y Stella McCartney para sacar líneas de ropa accesible. ¿Es un síntoma de democratización?

_Democratización para nada, porque la gente lo que hace es ir como borregos a comprarse esa chaqueta que les hacen creer que es imprescindible.

_Una música de fondo para diseñar.

_El silencio... aunque también me gusta escuchar a Tom Waits o Nick Cave.

_Una película para la que te hubiese gustado diseñar el vestuario.

_*Gangs of New York* de Scorsese.

_Estamos en una época en que la moda se mueve en círculo. ¿Dónde encuentras tú la inspiración?

_Intento no estar muy influenciado por estas cosas, aunque trabajo con los tejidos y colores que hay en el mercado. Me gusta que mi ropa no dé la sensación de nueva, que cuando te la pones parezca que es tuya desde siempre.

_¿Qué pensarías si tu hija dijera: "Papá, quiero ser modelo como Kate Moss"?

-Estaría encantado. La calle es más peligrosa que el mundo de las pasarelas.

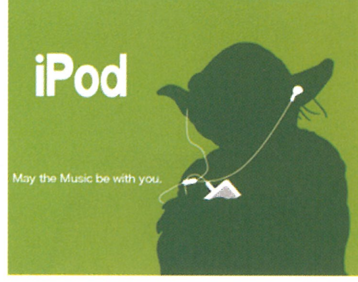
EL ICONO

iPod. Un poderoso gran invento

Una revolución. Un símbolo. Un icono. El iPod, el reproductor MP3 de Apple, se ha convertido en una de las señas de identidad más poderosas de la llamada generación digital. Y ha supuesto para Apple un resurgimiento empresarial abismal: en el segundo trimestre de 2005 vendieron 6.155.000 unidades del iPod y aumentaron un 425% los beneficios. Su campaña de publicidad, *Silhouettes*, galardonada con el premio Grand Effi a la más eficaz del año y gestada por la agencia TBWA\Chiat\Day, ha traspasado fronteras. En la red las réplicas piratas se multiplican trascendiendo la idea original hasta límites insospechados.



1. LA GRÁFICA ORIGINAL DE IPOD.



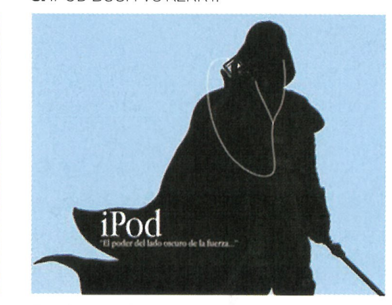
2. IPOD YODA.



3. IPOD BUSH VS KERRY.



4. IPOD ES COOL.

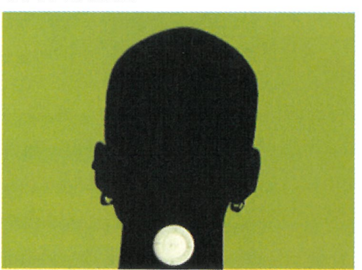


5. IPOD DARTH VADER.



6. IPOD CURA.

7. IPOD PHILHARMONIC.



8. IPOD IMPLANT.

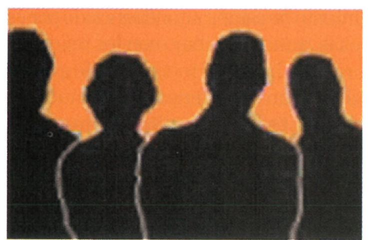


9. IPOD IRAK.



10. IPOD METALLICA.

11. IPOD RAMONES.

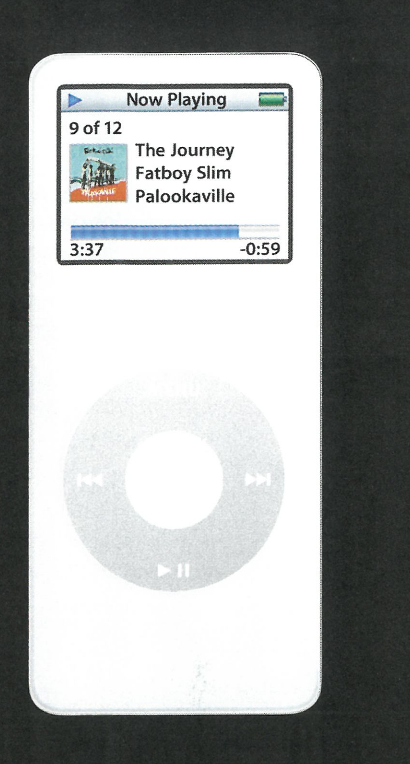


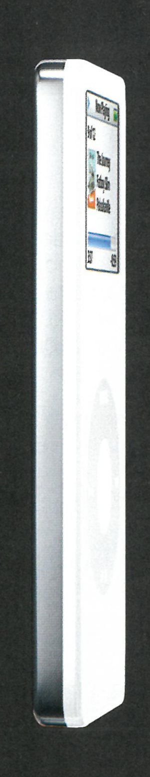
12. IPOD COLDPLAY.

13. IPOD NIRVANA.



14. IPOD PERRO.









iPod nano

1.000 canciones. Increíblemente pequeño.

Coge todo lo que adoras del iPod y comprímelo. Presentamos el **iPod nano**, el iPod de tamaño imposible capaz de llevar hasta 1.000 canciones en un diseño del grosor de un lápiz[1]. Dotado de una pantalla a todo color para ver portadas y fotografías, la innovadora rueda de clic para encontrar tu música en un santiamén, capacidad para 25.000 fotos[2] y hasta 14 horas de autonomía[3]. Disponible en blanco y en negro desde **199 euros**.

Visita tu Distribuidor Autorizado Apple más cercano:

Barcelona: CTA: c/ Consell de Cent, 382 - KTuin: c/ Muntaner, 537-541 - Microgestió: c/ Valencia, 87-89 - Valles Tecnologic: Plza. de la Unió, 3 local (Sant Cugat del Valles). **Bilbao:** Bilbomicro: c/ Hurtado de Amezaga, 7 bajo - KTuin: c/ Aureliano Valle, 4. **Las Palmas de GC:** Banana Computer: c/ León y Castillo, 88. **Madrid:** Ademac: c/ Castelló, 109 - Benotac: c/ Doctor Castelo, 35 - KTuin: c/ Orense, 52. **Málaga:** Benotac: c/ Babel, 1 local - GoldenMac: c/ Cerrojo, 48. **Sevilla:** GoldenMac: Avda. Carrero Blanco, 2. **Valencia:** KTuin: c/ Hernandez Lázaro, 14. **Vitoria:** Bilbomicro: c/ Abendaño, 52. **Zaragoza:** KTuin: c/ Luis Vives, 8 y **Tiendas El Corte Inglés, Centros FNAC, PC City y MediaMarkt.**

Accesorios con estilo.



Base Dock:
29 €



Auriculares con cinta:
39 €



Fundas protectoras en 5 divertidos colores:
29 €



Brazalete
Disponible en 5 colores:
29 €

1Capacidad basada en una media de 4 minutos por canción codificada a 128 Kbps en formato AAC. La capacidad de 1.000 canciones se refiere al modelo de 4 GB. 1 GB = 1.000 millones de bytes; la capacidad formateada real es inferior. 2La capacidad de fotos está basada en fotografías visibles en el iPod y transferidas desde iTunes. 3Las baterías recargables tienen un número limitado de ciclos de carga y pasado un tiempo puede ser necesario cambiarlas. La duración de la batería y el número de ciclos de carga varían en función del uso y los ajustes. Consulta www.apple.com/batteries si deseas más información. Precios incluyen I.V.A No piratees música.



LA PREMIERE

El destino. En la espalda del mundo

Miguel Pereira debutó con fuerza en el cine. En 1988 ganaba el Oso de Plata en el Festival de Berlín con su primer largometraje *La deuda interna*. A pesar de la repercusión de esta mirada a la cara más olvidada de Argentina, el cineasta ha desarrollado su carrera sin prisas. Ahora vuelve a los paisajes de su ópera prima, las tierras de Jujuy que le vieron nacer, en el noroeste, donde ha rodado *El destino*, inspirada en la novela *El hombre que llegó a un pueblo* de Héctor Tizón. En esta coproducción con España Tristán Ulloa encarna a Pedro, un narcotraficante que acaba perdido por los parajes andinos. El actor comparte cartel con la argentina Carolina Román, su esposa en la vida real, que encara aquí su primer papel protagonista. Les acompaña Mimí Ardú, vista en *El bonaerense* (Pablo Trapero, 2002). El resto del reparto lo conforman en su mayoría actores no profesionales, población indígena que aporta la verosimilitud necesaria a esta reflexión sobre un proceso de globalización capaz de afectar los rincones más recónditos del planeta.

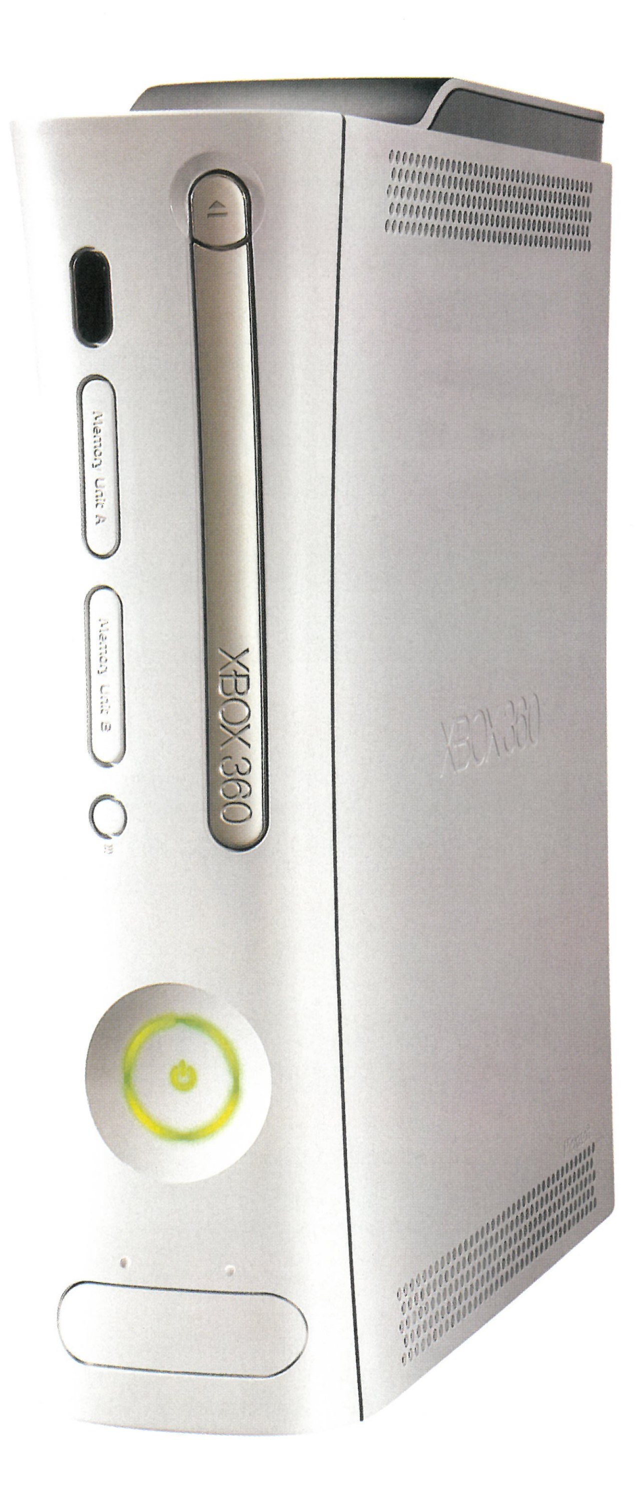
DANIEL ORTEGA


DENIM
ATTRACTION
LAS MARCAS
MÁS AUTÉNTICAS
Y LOS DISEÑOS
MÁS NUEVOS.
www.elcorteingles.es
El Corte Inglés
PLANTA JOVEN
SALAMANCA 2005
PLAZA MAYOR DE EUROPA

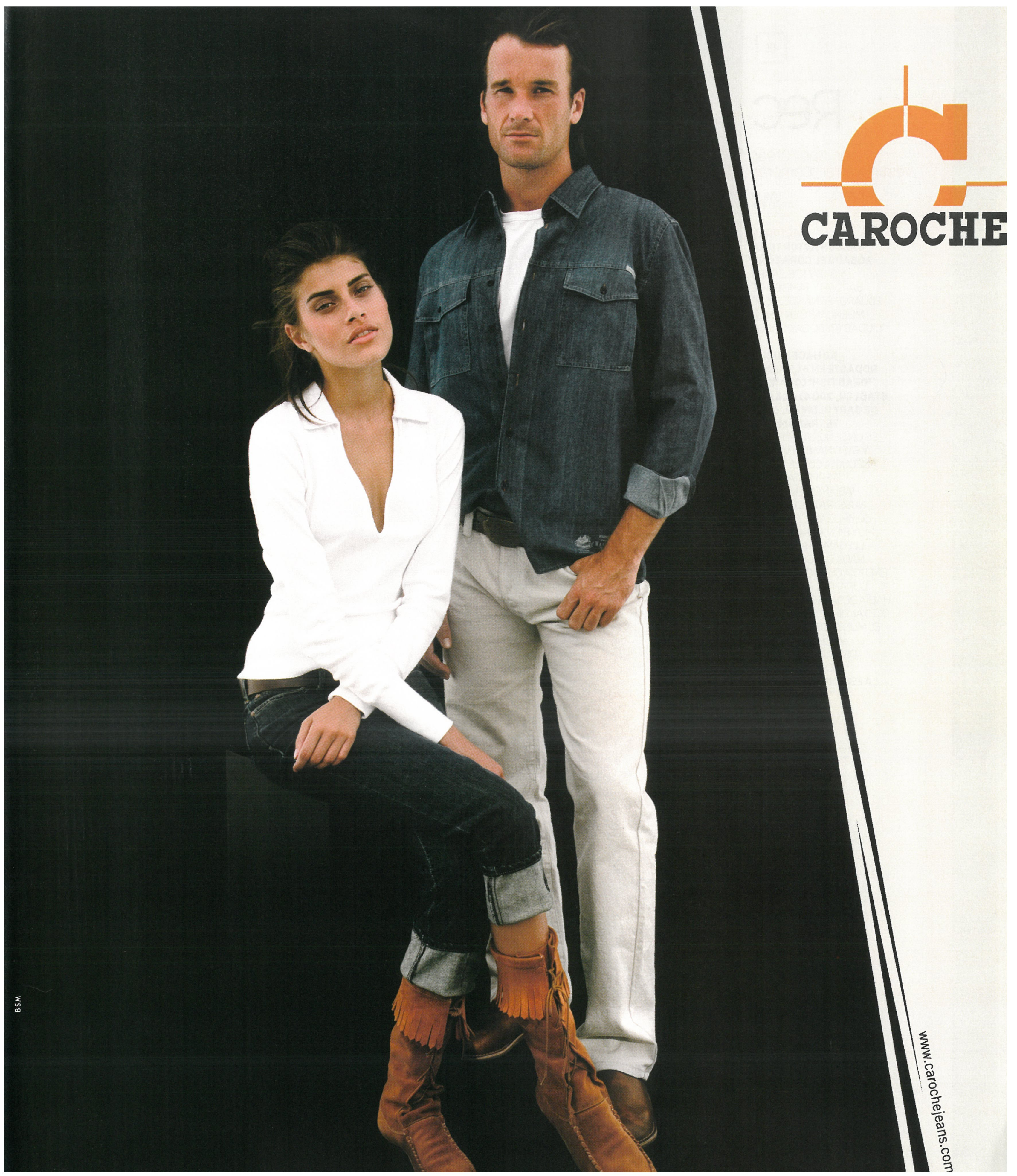
LA MÁQUINA

Microsoft XBox 360. Nueva generación

XBox 360 pertenece a una nueva generación de videoconsolas en alta definición que además permite jugar *on line* con otros jugadores a los que se puede invitar a participar y acceder a contenidos digitales de la red que se podrán descargar a través de XBox Live. Dicen en la casa madre Microsoft que la experiencia de juego será mucho más amplia. Por lo menos el diseño es elegante. Se presentó en un acto de MTV para mayor gloria de sus fans más acérrimos, las estrellas del hip hop. En Europa estará disponible a partir de Navidades.






CAROCHE
www.carochejeans.com
BSM



Rec

_Viajar_Salir_Crear
_Vestir_Narrar_Comprar

PÁG. 18
A PÁG. 63.

ACTORES

_¿ALGÚN ACTOR TE HA ROBADO EL CORAZÓN?
_SOY FAN DE JAVIER BARDEM Y TAMBIÉN DE EDUARD FERNÁNDEZ, QUE ME ENCANTÓ EN 'EN LA CIUDAD'(CESC GAY, 2003).

_NO HACE MUCHO RODASTE EN ALEMANIA 'DEAD FISH' (CHARLEY STADLER, 2004) AL LADO DE GARY OLDMAN. ¿QUÉ TE TRANSMITIÓ?
_ES UN SEÑOR ADMIRABLE Y FASCINANTE. HAY UNA ANÉCDOTA QUE LE DEFINE PERFECTAMENTE. HABÍAMOS ENSAYADO NUESTRA ESCENA MÁS COMPLICADA Y TODO IBA MUY BIEN, PERO CUANDO LLEGAMOS AL RODAJE NADA FUNCIONABA. LA ENERGÍA QUE NOS CONECTÓ DURANTE LOS ENSAYOS HABÍA DESAPARECIDO. ÉL LE DIJO AL DIRECTOR QUE TODO EL MUNDO DEBÍA SALIR DE ALLÍ. CINCO HORAS DESPUÉS, VOLVIERON TODOS Y RODAMOS LA ESCENA EN UNA TOMA.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 64.

VIAJAR

Bklyn

Park Slope

Por
Michael Robinson

BROOKLYN TIENE SU PROPIO SABOR. No es parte de la vibración de Manhattan. Tiene su propia diversidad étnica, su propio aspecto y sentir. La arquitectura es tan antigua como la ciudad, pero no tan moderna como para que las calles deban estar reticuladas. Las calles tienen nombres, no números: se necesita prestar otra clase de atención al moverse por ellas. Estar al otro lado del río en esta ciudad produce una sensación de desaceleración, sobre todo cuando el metro cruza el puente mientras cae el sol señalando el final del día. La ventaja de Brooklyn reside en su ritmo, más lento que el de nuestros vecinos con prefijo 212 (el de Manhattan; Brooklyn tiene el prefijo 718). Brooklyn deja espacio para que surjan más detalles, conversaciones y experiencias.

(718)

Recorrido
Park Slope, Brooklyn, en imágenes

-1-
SOMETHING ELSE
TIENDA DE DISCOS Y ROPA *VINTAGE*
294 5TH AVENUE
TEL. 718 - 768 5131

-2-
JAMES HEALY'S VEGETABLE GARDEN
VEGETALES
19TH. ST.

-3-
ALEX GREY'S STUDIO
PINTOR
725 UNION ST.
WWW.ALEXGREY.COM

-4-
GORILLA COFFEE
CAFÉ COMERCIO JUSTO
97 5TH AVENUE
TEL. 718 - 230 3244
WWW.GORILLACOFFEE.COM

-5-
LA TAQUERIA
COMIDA MEJICANA
72 7TH AVENUE
TEL. 718 - 398 4300

-6-
DIXONS BICYCLE SHOP
BICICLETAS
792 UNION ST.
TEL. 718 - 636 0067

-7-
ARTESANA HOME
MUEBLES Y ARTESANÍA
170 7TH AVENUE
TEL. 718 - 369 9881

-8-
BEACON'S CLOSET
COMPRA-VENTA DE ROPA
220 5TH AVENUE
TEL. 718 - 230 1630
WWW.BEACONSCLOSET.COM

-9-
VIDEO FORUM
VIDEO CLUB
133 7TH AVENUE
TEL. 718 - 857 5707

-10-
BROOKLYN INDUSTRIES
ROPA
206 5TH AVENUE
TEL. 718 - 789.2764
WWW.BROOKLYNINDUSTRIES.COM

-11-
BESO
RESTAURANTE LATINO
210 5TH AVENUE
TEL. 718 - 783 4902

-12-
FUNKY MONKEY HIP EMPORIUM
TIENDA PSICODÉLICA
228 7TH AVENUE
TEL. 718 - 369 3659

-13-
THE SPHINXES OF BERKELEY PLACE
EDIFICIO HISTÓRICO
136 BERKELEY PLACE
BETWEEN 6/7TH AVE.

-14-
LONG TAN
RESTAURANTE THAI
194-6 5TH AVE
TEL. 718 - 622 8444
WWW.LONGTAN.COM

-15-
CONVERTED CARRIAGE HOUSE HOME
EDIFICIO HISTÓRICO
BERKELEY PLACE
BETWEEN 6/7TH AVE.

-16-
BLUE APRON FOODS
CHARCUTERÍA Y *DELICATESSEN*
814 UNION ST.
TEL. 718 - 230 3180

-17-
NORTH SIX
SALA DE CONCIERTOS
66 NORTH 6TH ST.
TEL. 718 - 599 5103
WWW.NORTHSIX.COM

-18-
THE GATE BAR
BAR
321 5TH AVENUE
TEL. 718 - 768 4329

-19-
REVERSE
BOUTIQUE
176 5TH AVENUE
TEL. 718 - 638-2252

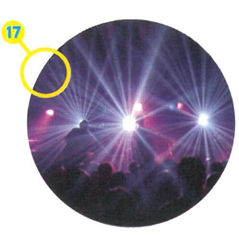
-20-
MATTER
MUEBLES Y DECORACIÓN
227 5TH AVENUE
TEL. 718 - 230 1150
WWW.MATTERMATTERS.COM

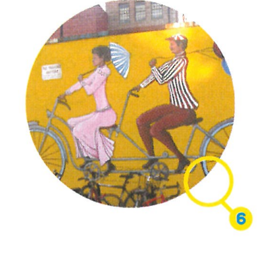












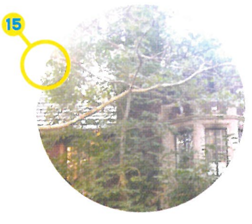













Flatbush Ave
4th Ave
5th Ave
6th Ave
7th Ave
Sackett street
Union street
President street
Carroll street
Garfield street
1st street
2nd street
3nd street
Berkeley place
Union street
President street
Carroll street
Garfield street
1st street
2nd street
3nd street
Berkeley place
Union street
President street
Carroll street
Garfield street
1st street
2nd street
3nd street
REVERSE



Michael → **Robinson**

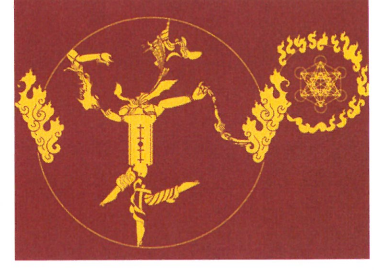
DIRECTOR
DE ARTE Y FOTÓGRAFO
WWW.NOWHERENYC.COM

Michael Robinson es el fundador de Nowhere., una compañía de diseño gráfico multipropósito que trabaja desde *packaging*, *merchandising* o gráfica hasta diseño de espacios y ambientes. Es autor del *packaging* de CDs de Alicia Keys, Courtney Love, Smashing Pumpkins, Kurt Massur o Jane's Addiction, entre otros. Además, Nowhere ha creado imágenes de marca para Coca-Cola, MTV, Black & Decker o Miramax y diseño editorial para publicaciones como 'Interview', 'Details', 'Premiere' o 'Harper's'. Además, Michael ha exhibido su obra en el Burning Man Festival y acaba de exponer en la galería del centro Westport Arts. Es profesor de diseño en la Parsons New School of Design.

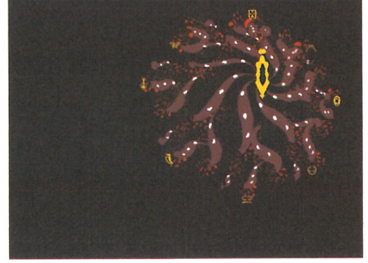
SISTEMA 'UNIVERSUS'. TRABAJO PERSONAL.



BANDERA 'UNIVERSUS'.



BANDERA 'UNIVERSUS'.



BANDERA 'UNIVERSUS'.

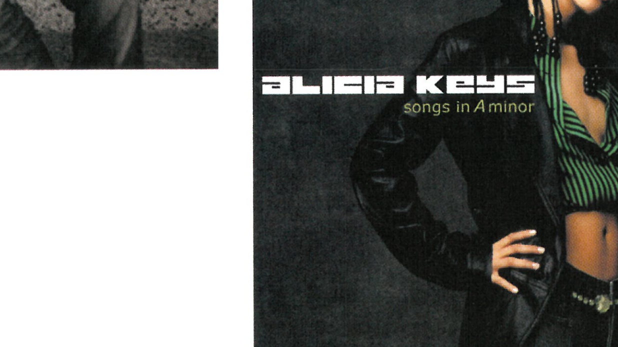


PACKAGING PARA EL DVD 'THREE DAYS' DE JANE'S ADDICTION.



DENIM THERAPY
www.denimtherapy.com

ANUNCIO PARA DENIM THERAPY.



PORTADA DEL DISCO 'SONGS IN A MINOR' DE ALICIA KEYS.



PORTADA DEL LIBRO 'PRODUCT DESIGN NOW'.

www.siemens.es/cl75

CL75

Designed for life

SIEMENS

CL75

SIEMENS

DESTACA SU BELLEZA



NUEVO CL75 CON PANTALLA DE ESPEJO.

El CL75 tiene video cámara integrada, una pantalla interna TFT de 262.000 colores y otra externa de 65.000 colores que sirve como visor de fotografías. Una perfecta combinación de elegancia, diseño y prestaciones multimedia. Con el nuevo CL75, serás tú quien destaque.



SIEMENS

SALIR

Tapioles 53






LA CHEF SARAH STOTHART.



TAPIOLES 53
(BARCELONA)
ABRE DE MARTES A
SÁBADO DE 9
A 11 DE LA NOCHE.

Tapioles 53
Slowfood boca oreja

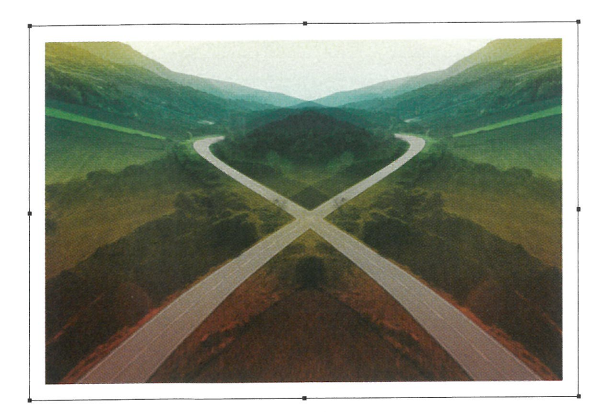
T: Ramón Ayala
F: Mariano Herrera

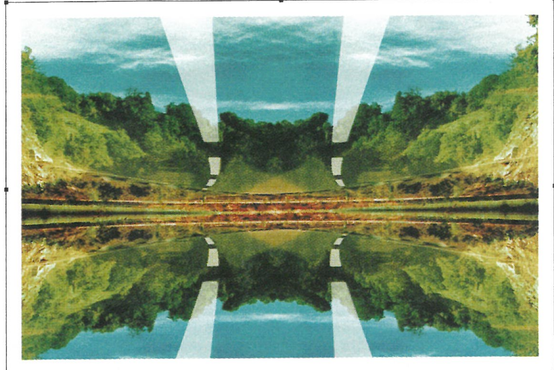
"Nunca quise tener un restaurante; quería cocinar, tener un local muy pequeño y bastante clandestino". Sarah Stothart, *chef* australiana residente en Barcelona, prefiere que la gente llegue a Tapioles 53 (www.tapioles53.com) a través de lo que haya oído de amigos. Cree tanto en el boca oreja como en este proyecto alejado de la experiencia de hostelería convencional. Tapioles 53 sólo tiene espacio para unos veinte comensales y comparte ubicación con el estudio de diseño editorial Feriche Black. Ricardo Feriche, su socio, y ella vaciaron esta antigua fábrica de paraguas y dejaron un espacio desnudo donde Iván Pomés realizó el proyecto arquitectónico conservando el estilo de los años cincuenta del lugar. Dan fe de las fechas la escalera de madera por la que se accede al estudio de diseño y las oficinas de algunos periodistas, o la enorme mesa de madera donde se ensamblaban los paraguas. Ahora es lugar donde se come y se conversa bajo una luz íntima y cálida. Tapioles 53 no es un restaurante; es una sociedad gastronómica donde tan sólo Sarah cocina todo, de los entrantes a los postres, y un camarero hace de enlace con los fogones. Como en su propia casa. De hecho, de las paredes cuelgan telas de su padre Duncan Stothart.

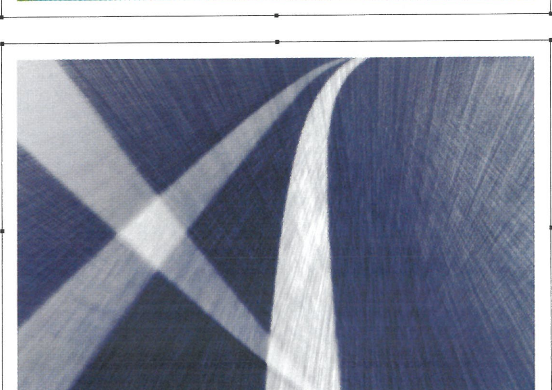
El menú es explicado a viva voz por la propia Sarah. Consta de dos primeros y dos segundos que cambia según la disponibilidad de los ingredientes que compra en los mercados de Santa Caterina, la Boqueria y Sant Antoni y a algunos proveedores muy pequeños. "Nunca me han gustado los restaurantes con cincuenta cosas en el menú que parecen fantásticas y cuando llegan te decepcionan". Cocina cada plato para cada comensal en el momento. "Es comida casera, no diseño los platos, es un poco como lo que puedes hacer en casa, quizá un poco más. Suelo cocinar todo muy lentamente. Es *slowfood* hecha con ingredientes de primera calidad". El menú sin bebida sale por 28 euros.
Tapioles 53 no hace publicidad y no hay ningún rótulo sobre su puerta. A pesar de sus ganas de cierto anonimato, ha sido reseñado en 'Wallpaper' y 'The New York Times'. Parece más cercano a un *speakeasy* de la ley seca de los años treinta en Estados Unidos que de una sociedad gastronómica, advocación a la que se acoge. Pero la *chef* puntualiza: "¿Conoces los paladares cubanos? Son casas donde familias cocinan para unas diez personas. Hay que reservar con un poco de adelanto y no tienes elección en lo que comes. En las sociedades gastronómicas cocina todo el mundo, aquí sólo yo. La gente tiene la sensación de que viene a mi casa a cenar". Lo dicho, como en casa.

CREAR
***S,C,P,F...**



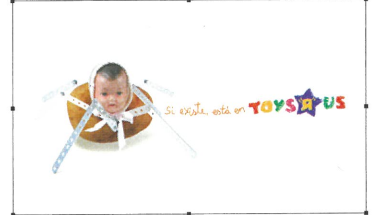


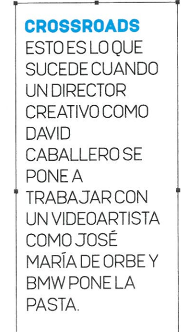












CROSSROADS
ESTO ES LO QUE SUCEDE CUANDO UN DIRECTOR CREATIVO COMO DAVID CABALLERO SE PONE A TRABAJAR CON UN VIDEOARTISTA COMO JOSÉ MARÍA DE ORBE Y BMW PONE LA PASTA.

GRÁFICA
*S,C,P,F... TAMBIÉN HA DESARROLLADO INTERESANTES CAMPAÑAS GRÁFICAS EN MARQUESINAS, VALLAS Y PRENSA PARA CLIENTES COMO VUELING, TOYS'R'US O EL AYUNTAMIENTO DE BARCELONA.

IKEA
EL OBJETIVO ERA ATRAER A LOS CLIENTES TAMBIÉN ENTRE SEMANA CON OFERTAS ESPECIALES PARA GENTE JOVEN. ¿TINDERSTICKS A LA ESPAÑOLA?

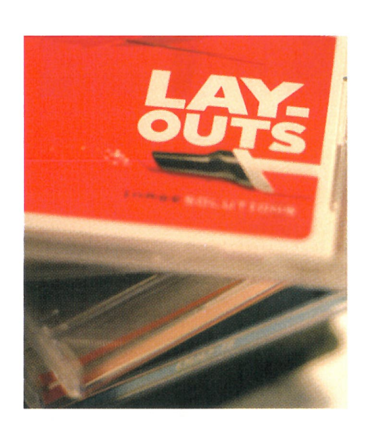
*S,C,P,F...
Cuando la publicidad experimenta

T: Juan Carlos Martorell
F: Mariano Herrera

Las campañas gestadas en la agencia de publicidad *S,C,P,F... (www.scpf.com) difícilmente se olvidan. Suelen ser únicas y muchas han conseguido eso tan difícil hoy en día: formar parte del imaginario colectivo. ¿Quién no recuerda el *spot* de la mano ondulando en la ventanilla de un BMW mientras van apareciendo increíbles paisajes de road-movie en la campaña *Te gusta conducir*? ¿Y todos aquellos anuncios completamente rompedores de Ikea? Eso es *S,C,P,F..., una agencia que nació en 1996 de la mano de Toni Segarra, Luis Cuesta, Ignasi Puig y Félix Fernández de Castro, los cuatro "fugados" de Delvico Bates, y que desde entonces se ha caracterizado por crear campañas de éxito basadas en la creatividad, la experimentación y la innovación con el lenguaje audiovisual.
Cabe destacar que una de las claves de su buen hacer son las relaciones a largo plazo con sus clientes/anunciantes; cuando se intenta innovar en publicidad, difícilmente los resultados son satisfactorios de inmediato, sino que es necesario todo un proceso de ensayos, errores, mutuo aprendizaje y confianza. Un claro ejemplo de ello es el *spot Crossroads*, gran premio en el festival de publicidad en el El Sol, Festival Publicitario Iberoamericano de San Sebastián, y la culminación de cinco años de estrecho trabajo entre la agencia y BMW. O también la original campaña de Ikea donde se presentaba a toda una serie de grupos de pop parodiando a bandas de lo más *cool* de la música independiente. Una divertida y arriesgada propuesta (sobre todo por el *target* al que va dirigida) que sólo se entiende después de años de construcción de unas líneas de marca muy concretas. Quizá por ello *S,C,P,F... no esté generando *spots* a mansalva, pero su currículo es de primera: Vodafone, las Tanga Girls de Evax, Vueling, Voll-Damm o el Ayuntamiento de Barcelona. Además, un montón de premios internacionales en varios festivales de publicidad, entre ellos cuatro Leones de Oro en Cannes, lo avalan.
Actualmente, *S,C,P,F... tiene oficinas en Barcelona, Madrid, Lisboa y Miami –estas dos últimas estrenadas este mismo año para cubrir el mercado hispano en Estados Unidos y Latinoamérica– y desde hace algún tiempo es ya propiedad del grupo británico WPP (www.wpp.com), lo que le abrirá oportunidades internacionales para poder acceder a mejores y mayores marcas.

ESPACIO
DESDE EL AÑO 2000, EL CUARTEL GENERAL DE *S,C,P,F... ESTÁ EN UNA ANTIGUA FÁBRICA TEXTIL REFORMADA DE LA CALLE CALATRAVA DE BARCELONA.







POSTPO
LA AGENCIA DISPONE DE UN PEQUEÑO LABORATORIO DE PRODUCCIÓN. TRABAJAN HABITUALMENTE CON EL FINALCUT Y RELUCE ENCIMA DE LA MESA UNA CUIDADA XL1 DE CANON.

MESAS
LA GRAN SALA DONDE NACEN LAS IDEAS ES UN ESPACIO COMÚN, SIN PAREDES, TODOS SE VEN Y HAY BÁRTULOS POR TODAS PARTES. UN CAOS DE ESTÍMULOS Y OBJETOS MUY, MUY 'FREAKS'.

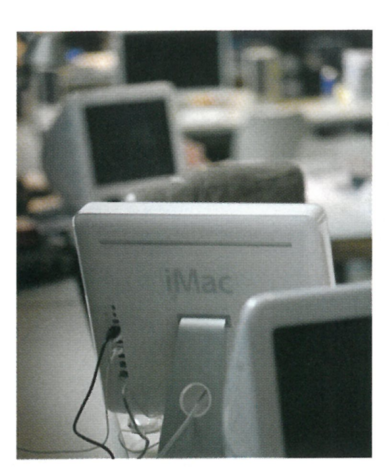






IPOD
MUCHOS CREATIVOS ESTÁN LOCOS POR EL ITUNES Y EL IPOD, UNAS HERRAMIENTAS QUE SE HAN CONVERTIDO CASI EN INDISPENSABLES. ENTRE ELLOS COMPARTEN SU MÚSICA EN RED.

REVISTAS
AQUÍ QUIEREN ESTAR A LA ÚLTIMA Y CONSUMEN MONTONES DE REVISTAS: 'NEO2', 'VISUAL', 'VANIDAD', 'VOGUE', 'WALLPAPER'... Y NO FALTA EL '20 MINUTOS'.

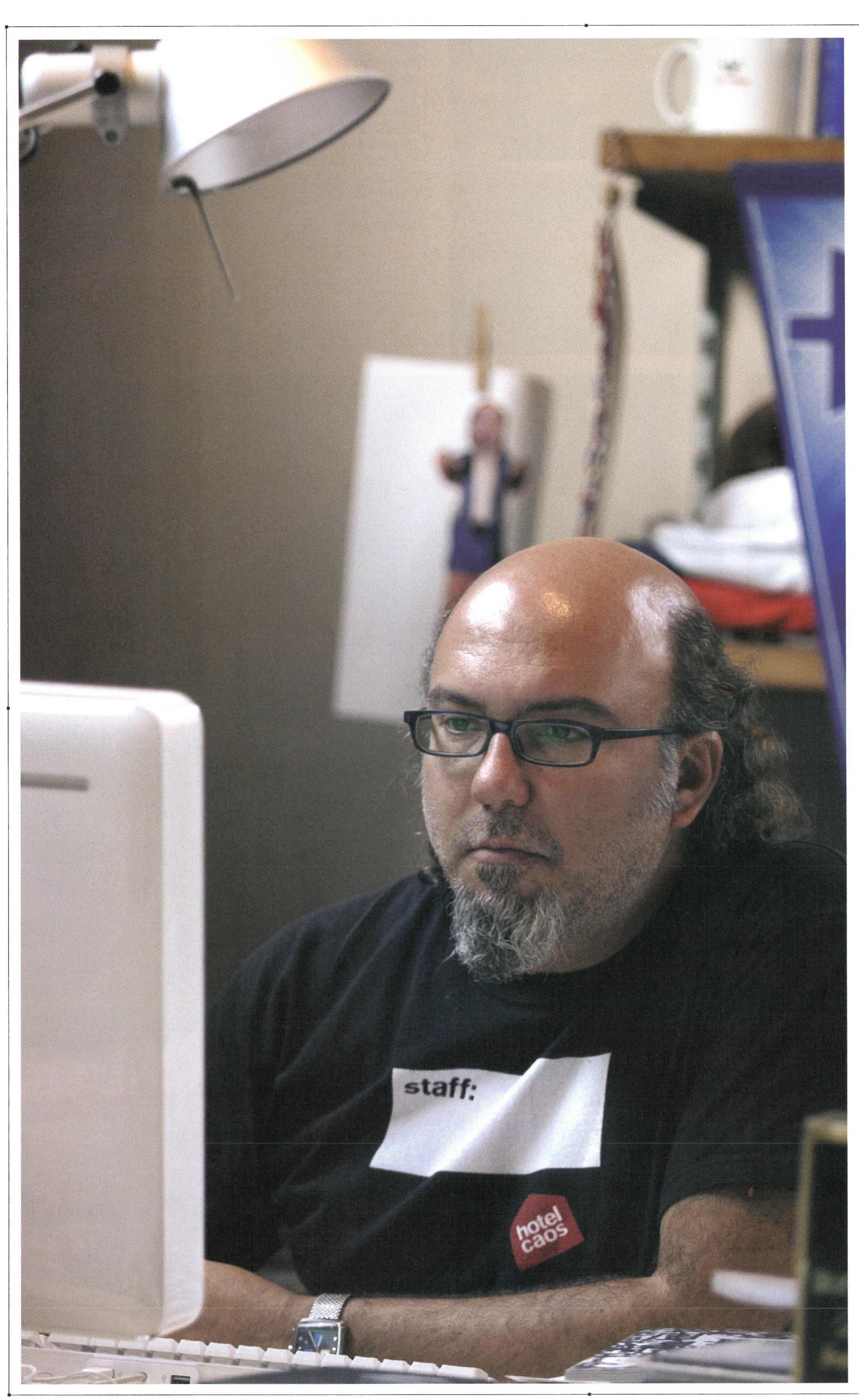


MAC
PRÁCTICAMENTE TODO EL MUNDO TRABAJA CON MAC. LOS HAY DE TODOS LOS COLORES Y FORMAS, NUEVOS Y VIEJOS. EL ÚNICO PC QUE HAY EN LA SALA ESTÁ MUY MARRÓN, SOLO Y ABANDONADO...



JUGUETES
LAS ESTANTERÍAS ESTÁN LLENAS DE JUGUETES Y 'GADGETS' EXCÉNTRICOS, COMO POR EJEMPLO UN MICROONDAS HACIENDO DE ARCHIVADOR. PARECE QUE EL TÓPICO ES CIERTO.





Toni Segarra
El gurú español

De él han dicho varias veces que es el mejor publicista que hay en España. Y sí, es la "S" de *S,C,P,F... quien en 1996, tras dejar atrás su cargo de director creativo en Delvico Bates, creó su propia agencia. Ahora la mesa donde trabaja –al final de la gran sala donde trabajan los creativos– está tremendamente desordenada, lo cual, en el mundo de la publicidad, parece una buena señal. Papeles y más papeles, discos, DVDs, fotos, *gadgets* de todo tipo y una bufanda del Espanyol.

_¿De qué trabajo estás más orgulloso?

_Nuestro trabajo es efímero y epidérmico, así que sólo es posible juzgarlo, en mi opinión, en un contexto temporal amplio: campañas que duren unos cuantos años. Y de ésas no hay tantas: BMW, Evax, Ikea...

_¿Para cuándo un detergente?

_Yo trabajé varios años para Colón. Y aprendí muchísimo. Es un mercado dificilísimo porque es muy primitivo en su situación. Los detergentes todavía no resuelven el problema para el que fueron creados: no quitan todas las manchas. Por lo cual siguen empeñados en una comunicación informativa, muy básica, para convencer de que cada vez lo hacen mejor.

_¿El mejor director de arte del mundo?

_Hubo un tiempo en que pensé que era Steve Dunn. Era cuando pensaba que algo tan absurdo como ser el mejor director de arte del mundo era posible. Hoy amo el trabajo de muchos, de tantos. Hay mucho talento por ahí.

_¿Para ser publicista hay que tener mucho morro?

_No particularmente. Cierta cultura general y mucho sentido común son las características más imprescindibles.

_¿Por qué un creativo cobra hoy menos que hace cinco años?

_Porque los clientes pagan por nuestras ideas hoy menos que hace cinco años.

_¿Ordenador? ¿Navegador?

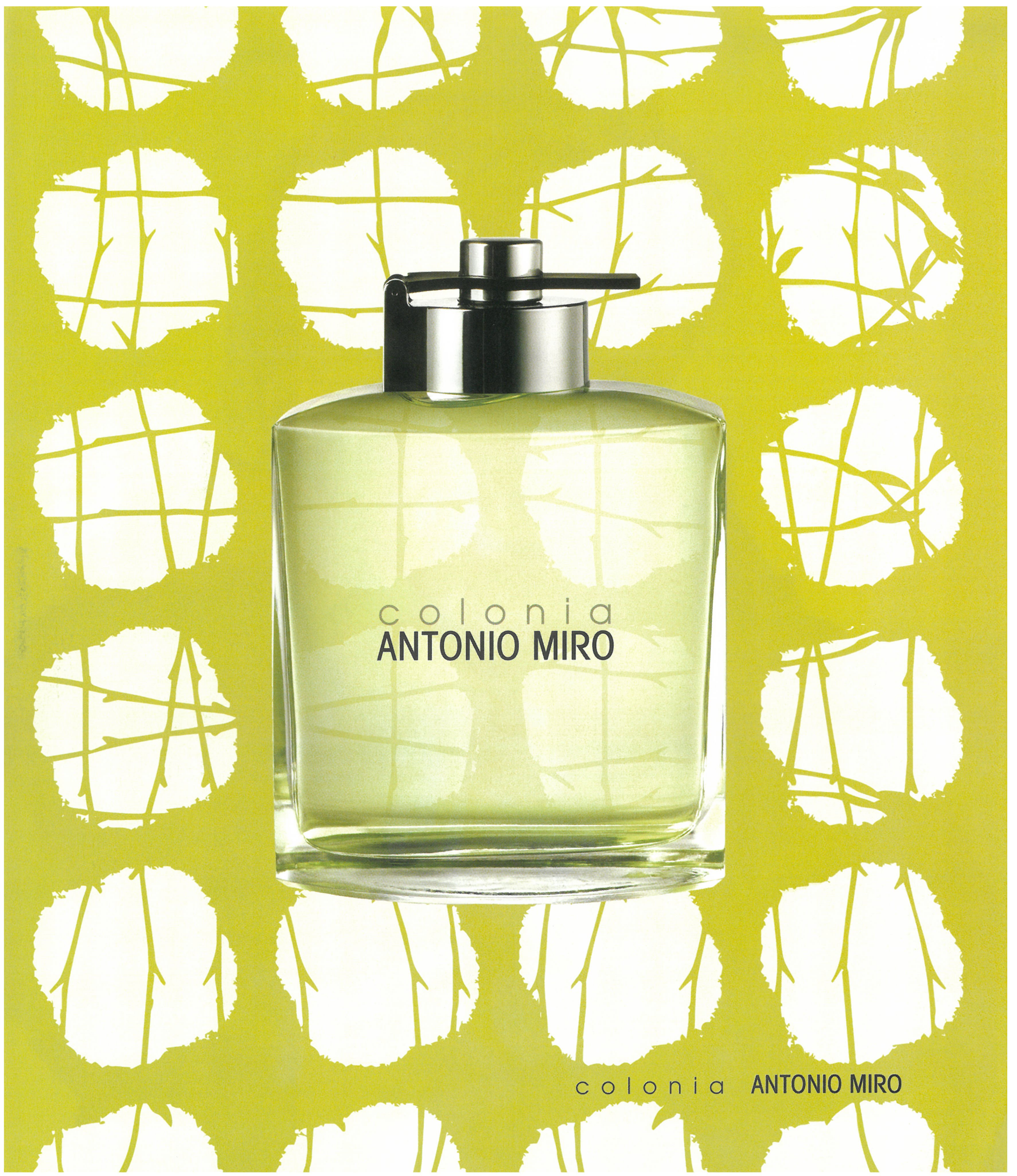
_Un iMac G5 (completamente infrautilizado) y el Internet Explorer.

_¿El último disco que has comprado?

_*Surfistes en càmera lenta* de Joan Miquel Oliver.

_¿Dónde vistes?

_Uso camisetas y tejanos. Las camisetas las suelo comprar cuando viajo porque es un producto que todavía resiste a la globalización, y uno encuentra cosas diferentes e imposibles de hallar en tu país.


colonia
ANTONIO MIRO
colonia ANTONIO MIRO



Uma Thurman: imagen de la marca TAG Heuer.
F: TAG HEUER/PATRICK DEMARCHELIER

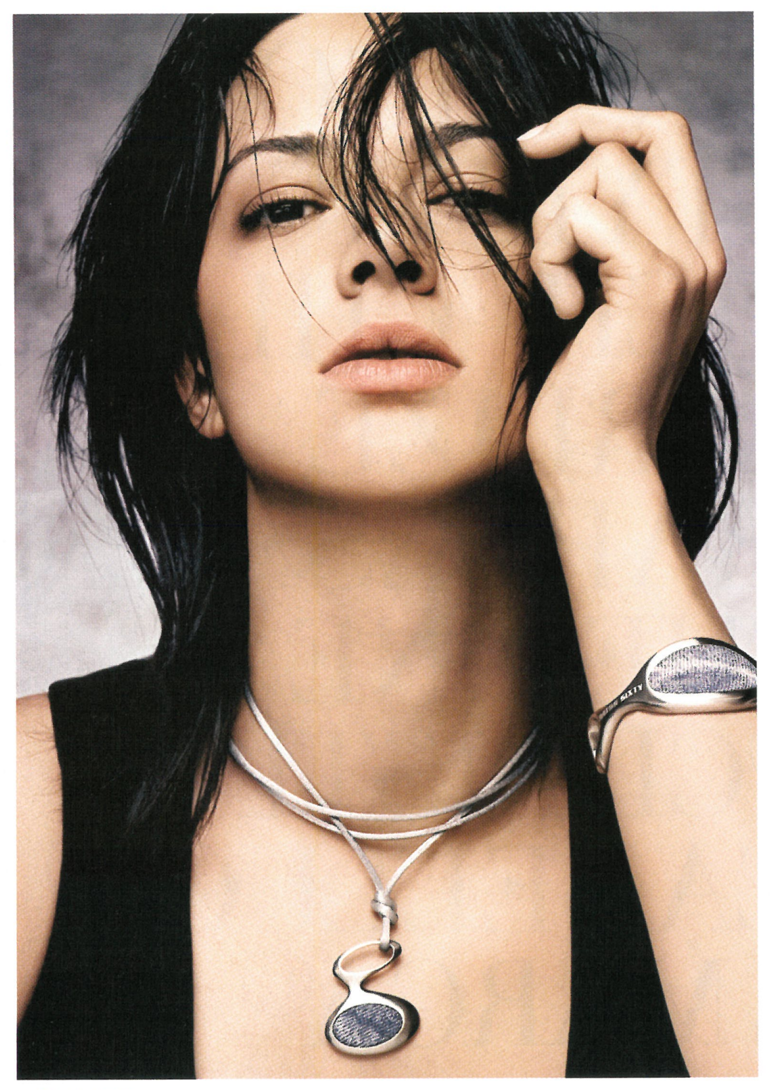
UMA THURMAN© NICOLE KIDMAN© LIV TYLER© MILLA JOVOVICH© CHLOË SEVIGNY© CHARLIZE THERON© SARAH JESSICA PARKER© CATHERINE ZETA-JONES© CHRISTINA RICCI© MONICA BELLUCI©

ACTRICES DE MARCA©

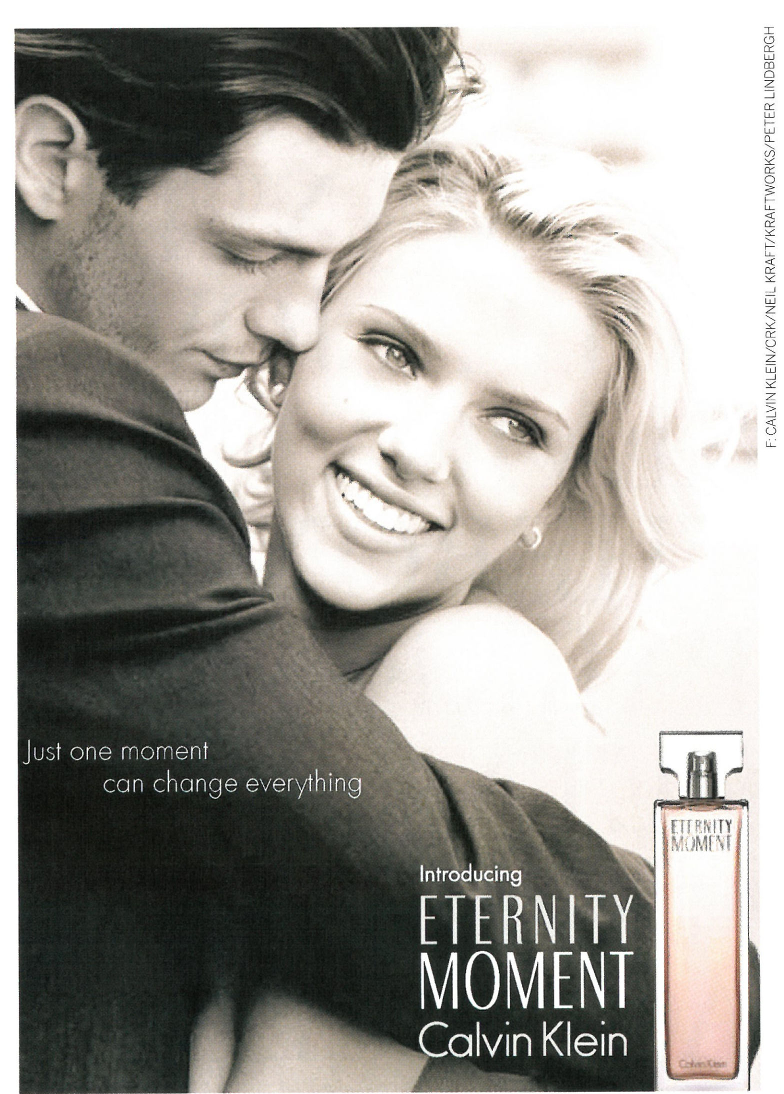
CALVIN KLEIN, CHANEL, TAG HEUER, MISS SIXTY...
UNA LISTA INACABABLE DE FIRMAS RECURREN A LAS ACTRICES
MÁS GLAMOUROSAS PARA CONVERTIRLAS EN SU IMAGEN PUBLICITARIA.
¿SE HA ACABADO EL REINADO DE LAS TOP MODELS? QUIZÁ NO,
PERO HEMOS ENTRADO EN LA ERA DE LAS ACTRICES DE MARCA.

T: Eulàlia Iglesias

"¿Qué se pone para dormir?", inquiere el periodista. "Unas gotas de Chanel nº 5", responde Marilyn Monroe. Con su pícara respuesta la actriz acrecentó su imagen de símbolo sexual. Y, sobre todo, hizo subir espectacularmente las ventas de un perfume que, a pesar de su prestigio, se encontraba en bajas horas comerciales. La protagonista de *Con faldas y a lo loco* (Billy Wilder, 1959) es el ejemplo de una tendencia que en los últimos tiempos se está convirtiendo en norma: las grandes marcas acuden a actrices para que encarnen su imagen. Tras los años en que Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Linda Evangelista y Elle Macpherson llegaron a un estatus de fama antes sólo reservado a otro tipo de estrellas, las supermodelos han dejado paso no a otras compañeras de trabajo sino a actrices como Uma Thurman y Charlize Theron. "Apelar a actrices no es un fenómeno nuevo; es algo que se lleva haciendo históricamente", confirma Susana Campuzano, directora general de Luxury Advise y autora de *El universo del lujo* (Ed. McGraw-Hill, 2003), "Tiffany y Chanel son dos marcas que entraron en el subconsciente colectivo gracias a Audrey Hepburn y Marilyn Monroe. Tampoco las grandes modelos están descartadas como iconos publicitarios. Lo que ocurre es que ambos mundos están cada vez más cerca. Muchas modelos quieren ser actrices y las actrices actúan como modelos. Ambos colectivos son en realidad las grandes consumidoras y embajadoras del lujo. Lo consumen privadamente y lo exhiben, como escaparate de las grandes marcas, en las grandes ocasiones como en la entrega de los Oscar. Ocurre también que las marcas, en su publicidad, están evolucionando hacia estilos cada vez más escenográficos". Y es que el cine vuelve ser un importante referente dentro de la publicidad. "No sólo eso, también se produce el *product placement* de las marcas en las películas. Por ejemplo, cuando Jennifer Lopez enamora a Ralph Fiennes con un abrigo de una gran firma en *Sucedió en Manhattan* (Wayne Wang, 2002). El juego se basa en el 'modelo de transferencia de valores' por el que la actriz transfiere sus cualidades al producto que se publicita, incrementan-



ASIA ARGENTO: IMAGEN DE MISS SIXTY.



SCARLETT JOHANSSON: IMAGEN DE CALVIN KLEIN.

F: CALVIN KLEIN/CRK/NEIL KRAFT/KRAFTWORKS/PETER LINDBERGH

do así el imaginario tan fundamental a la hora de vender los productos de prestigio. En el lujo y en la mente del consumidor funciona mucho más la parte intangible que la real. Las estrellas aportan ese valor simbólico y de asociación al mundo de *glamour* y de magia que el producto necesita para su comercialización". Por ello, la imagen exterior de esta actriz o modelo debe ser intachable. No hace falta recordar qué ha pasado con Kate Moss... "La elección de la actriz es muy delicada porque han de ser modelos perfectos en la transmisión de esos valores. Las marcas que las erigen como iconos no van a permitir el más mínimo fallo en su estilo de vida porque durante el período que dure la publicidad su comportamiento influye directamente en la apreciación del producto. Las marcas suelen buscar una cercanía de valores entre la actriz y el producto y ambos se benefician de esta asociación".

UNA IMAGEN FORÁNEA Y FEMENINA

La situación del Bill Murray de *Lost in Tranlation* (Sofia Coppola, 2003), un actor norteamericano requerido para protagonizar un anuncio en Japón, no se reproduce en España más allá de la estrategia de una marca de cava. "El problema es que en España no hay grandes marcas de lujo que puedan permitirse las sumas que suelen pedir las modelos internacionales". Pero también resulta extraño que figuras como Elena Anaya o Leonor Watling apenas hayan sido aprovechadas por las firmas *made in Spain*. "Sí hay marcas que han acudido, por ejemplo, a Penélope Cruz o Antonio Banderas. Es importante que cuando una marca



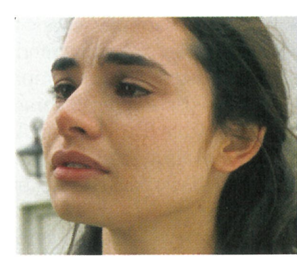
NICOLE KIDMAN
CHANEL



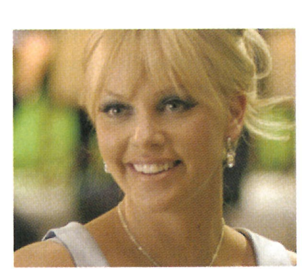
MILLA JOVOVICH
L'ORÉAL



LIV TYLER
GIVENCHY



MÍA MAESTRO
MOVADO



CHARLIZE THERON
DIOR

Sofia Coppola y Marc Jacobs: los más cool

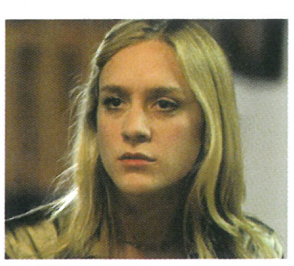
Uma Thurman, Kirsten Dunst, Selma Blair, Kim Gordon (Sonic Youth), Lil' Kim, la tenista Maria Sharapova, Sofia Coppola... lo más *cool* del famoseo nortemamericano coincide cada temporada en, como mínimo, un evento: el desfile de Marc Jacobs. De todas ellas, la directora Sofia Coppola no sólo se ha convertido en una de sus principales seguidoras sino que también ha prestado su imagen para publicidad de la marca. "Conocí a Marc Jacobs en un desfile en Nueva York. En cuanto vi su colección en la pasarela por primera vez me di cuenta que era lo que estaba buscando: sentí que era el primer diseñador que hablaba de mi generación". El afecto de Coppola por el trabajo de Jacobs va más allá de la pura sensibilidad. La cineasta sabe de lo que habla. Diseñó el vestuario del episodio dirigido por su padre Francis en *Historias de Nueva York* (1989) y el de *The Spirit of '76* (Lucas Reiner, 1990). Para Marc Jacobs ha ideado una línea de bolsos. "La moda es un elemento importante para crear el mundo de toda película. Realmente disfruto expresando un personaje a través de su forma de vestir", concluye Coppola.

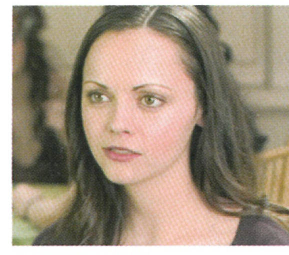
elige un modelo posea una gran notoriedad, para que el público lo pueda identificar como tal". Otra realidad es que la imagen de las marcas sigue conjugándose sobre todo en femenino. "El lujo se basa en el mundo del adorno, y éste es predominante femenino. También influye que el hombre busca más los aspectos técnicos en un producto que los emocionales. La exposición de un modelo para un hombre no es tan seductor como para la mujer. Por ello la mayor parte de las marcas masculinas busca modelos anónimos".

CHANEL, EL EJEMPLO PERFECTO

Susana Campuzano conoce perfectamente el ejemplo de Chanel: fue responsable de marketing de esta casa. "Chanel tradicionalmente ha apelado al mundo del cine para la creación de sus *spots*, pero no sólo a las actrices, sino también a los directores. Ridley Scott firmó el anuncio con Carole Bouquet y Luc Besson recreó el Nº5 con Estella Warren como caperucita. La última sorpresa ha sido el *spot* con Nicole Kidman. En esta ocasión la apelación al mundo del cine es más profunda. No sólo acude a *Moulin Rouge* (2001) para encontrar la unión perfecta entre la actriz y el realizador Baz Luhrmann, sino que se traslada toda la estética de la película al universo de Chanel. El anuncio, que ha sido el más caro en la historia, ha sido grabado y anunciado como una película. Se lanzó en la tele francesa en *prime time* y dentro de la casa se referían a él como 'Le Film'. Es un paso más dentro del mundo del marketing que refuerza la idea de que un producto de una marca de lujo se vende como si de una verdadera obra de arte se tratara".


MONICA BELLUCCI
CARTIER Y DOLCE & GABANNA


CHLOË SEVIGNY
MAC COSMETICS Y VUITTON


CHRISTINA RICCI
VUITTON


CATHERINE ZETA-JONES
ELIZABETH ARDEN


SARAH JESSICA PARKER
GAP



Narrar

Gettynightmares

Una fotonovela escrita y realizada por Marc Lozano, fotografiada por Nacho Alegre y protagonizada por Nilo Mur.

MADELEINE NIELSEN
/GROUP MODELS (MODELO)
ESTEFANÍA TENA
/GROUP MODELS (MODELO)
EMIL KERME
/GROUP MODELS (MODELO)
XOSÉ COBAS
/GROUP MODELS (MODELO)

ASUNCIÓN BRAVO
(COORDINADORA DE MODA Y BELLEZA)
PALOMA BLANCO
(ESTILISMO MADRID)

GEMMA SORIANO
/SERVIMATGE (ESTILISMO BARCELONA)
MIREIA SOLER
/SERVIMATGE (ASISTENTE ESTILISMO)
SÍLVIA FOZ
(MAQUILLAJE, CON PRODUCTOS MAKE UP FOREVER)
SÍLVIA FOZ
(PELUQUERÍA, CON PRODUCTOS SEBASTIAN)

MARC ANGLÈS
(DIRECTOR DE PRODUCCIÓN)
LOLA MORENO
(AYUDANTE DE PRODUCCIÓN)
JÚLIA FRANCINO
(ATREZZISTA)
UGO PASSALACQUA
(AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA)

HOTEL DIAGONAL SILKEN
/DIAGONAL 205, BARCELONA (LOCALIZACIÓN)

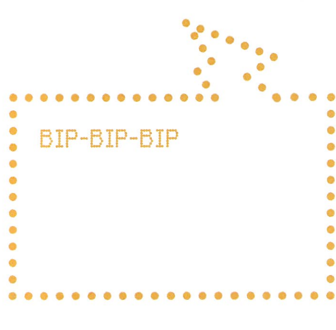
NILO:
CAMISETA MAMBO.
MADELEINE:
BODY SELMARK,
RELOJ DE PULSERA
GUESS.

Dios mío.
¿Dónde
estoy?


¿Y ahora,
¿qué hago?
vestido de esta manera? ¡Hace un segundo estaba en la cama!
NILO:
CAMISA HABIT, CAMISETA BARRIO SANTO, JEANS FREESOUL, CALZADO VANS.
EN LA MESA:
MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65; BOTELLA DE ABSOLUT VODKA.
EN EL SUELO:
JERSEY VERDE PUMA 96 HOURS, CORBATA ESTAMPADA HUGO BOSS, VESTIDO SISTEMFIVE, BAMBA PUMA 96 HOURS, VESTIDO ROSA SOAKED IN LUXURY, VESTIDO NEGRO IN WEAR, FALDA NEGRA MORGAN.



MÓVIL:
SIEMENS,
MODELO SL65.



HOLA, NILO.
SOY MARC LOZANO,
EL DIRECTOR DE ESTA
FOTONOVELA FASHION.

¿Diga?

NILO:
CHAQUETA ROJA SERGIO TACCHINI, CAMISETA WE ARE REPLAY, PANTALONES CALVIN KLEIN JEANS, CINTURÓN PIRELLI, CALZADO VANS. MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.

LA CHICA CON LA QUE ESTABAS EN LA CAMA ES TU NOVIA Y AHORA TE PREPARAS PARA SALIR CON ELLA. ESTO ESTÁ PASANDO AYER.

¿Qué?
No entiendo nada.

SE TRATA DE UN RECURSO NOVEDOSO PARA EXPLICAR UNA HISTORIA EMPEZANDO POR EL FINAL. ES QUE HACE UN PAR DE DÍAS VI 'IRREVERSIBLE' Y ME MARCÓ MUCHO, EN CAMBIO 'MEMENTO' ES UNA MIERDA.

¿'Memento'? Pues todo el mundo dice que está muy bien.

ATREZZO:
PERFUME HYPNÔSE DE LANCÔME, AFTER SHAVE ARMANI DE GIORGIO ARMANI, VELA HÉLIOTROPE AMANDE DE ESTEBAN, VELA LUMIÈRE NOIR PUR DE LCDP LUXE.

¿A la habitación?
¿Para qué?

ESTA PRECIOSA MODELO, QUE ADEMÁS ESTU NOVIA, TE ESTÁ ACOMPAÑANDO A LA HABITACIóN.

MADELEINE:
CAZADORA DE PIEL FAIRLY, TOP MORGAN, MINIFALDA INDIAN ROSE, BOTAS DE PIECES ACCESSORIES, BOTELLA DE ABSOLUT VODKA.

VOLVéIS DE FIESTA. HABéIS ESTADO TOMANDO UNAS COPAS DE MÁS.

Yo ya tengo novia,
y me va a matar.
Esto es una
pesadilla.



NILO: CHAQUETA ROJA SERGIO TACCHINI, CAMISETA WE ARE REPLAY, PANTALONES CALVIN KLEIN JEANS, CINTURÓN PIRELLI, CALZADO VANS. SIEMENS, MODELO SL65.

MADELEINE: CAZADORA DE PIEL FAIRLY, TOP MORGAN, MINIFALDA INDIAN ROSE, BOTAS DE PIECES ACCESSORIES, BOTELLA DE ABSOLUT VODKA.

NILO: AMERICANA DE TERCIOPELO SELECTED, CAMISA BLANCA CON BORDADOS RA-RE MAN, PANTALONES TEJANOS LOIS, ZAPATOS CORDONES MAGNANNI, CINTURÓN LEVI'S. MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.

MADELEINE: CHAQUETA MANGO, CAMISETA COLCCI, JEANS WE ARE REPLAY, PULSERAS DE BREIL JEWELS, SORTIJA CON PIEDRAS DE COLORES BY JOY

¿Y ahora qué? ¿No iba a entrar en la habitación a **divertirme?**

ESTO ES UNA REVISTA DE TENDENCIAS SERIA; PARA ESO YA EXISTEN OTRO TIPO DE PUBLICACIONES.

AHORA TE LO ESTÁS PASANDO EN GRANDE. ÉSTOS SON TUS AMIGOS DE TODA LA VIDA. DE HECHO, ESTÁS CELEBRANDO TU CUMPLEAÑOS; DE ESO HACE UN MES. MIRA, HASTA TE REGALAN UNA PLAY. AHORA SOPLA.

ESTEFANÍA: CAZADORA CUSTO BARCELONA, TOP REPLAY, JEANS LEE, ZAPATOS PACO GIL, RELOJ DE PULSERA PULSAR, COMO REGALO LLEVA PSP™ (PLAYSTATION POST ABLE).

XOSÉ: CAMISA RAYAS GUESS, JEANS REPLAY, ZAPATOS MAGNANNI, CINTURÓN COLCCI, RELOJ DKNY.

EMIL: CAMISA CON ESTRELLAS SELECTED, PANTALÓN GUESS, ZAPATOS FARRUTX, CINTURÓN MONTBLANC, RELOJ DIGITAL PUMA TIME.


DUNLOP
Nassau



NILO:
POLO BLANCO LACOSTE, PANTALONES LOTTO, BAMBAS Y-3 ADIDAS, MUÑEQUERAS Y RAQUETA DE TENIS WILSON. MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.

MADELEINE:
VESTIDO VINTAGE FRED PERRY, FALDA TENIS NIKE, CALCETINES LACOSTE, RELOJ DIGITAL-MUÑEQUERA NIKE, RAQUETA DE TENIS DUNLOP.


NILO:
TRAJE Y CAMISA DE ESMOQUIN HUGO BOSS, CINTURÓN MONTBLANC, ZAPATOS KOHE, GEMELOS Y RELOJ DE PULSERA ARMAND BASI. MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.
TRANQUILO, QUE ES FICCIÓN. ¿HAS TRAÍDO EL ANILLO?
!No me fastidies, Marc! por favor! que me estás metiendo en un compromiso. No pienso hacerlo.




MADELEINE:
VESTIDO DE LENTEJUELAS DORADO ETXART & PANNO, ZAPATOS DE SILVIA VERA, BRAZALETE ORBIT CON DIAMANTES, PERLAS AUSTRALIANAS Y ORO BLANCO KAILIS, Y ANILLO BY JOY.
NO ME DIGAS QUE NO VALE LA PENA SóLO POR VER ESA CARITA DE ÁNGEL.
Sí, bueno, está mirando el anillo con mucha ilusión, eso sí.





NILO:
CHAQUETA RAYAS GUESS, CAMISETA WE ARE REPLAY, PANTALÓN GURU, BAMBAS ROJAS LOIS, RELOJ TOMMY HILFIGER. MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.


QUE TE VA
A CAER UNA
MACETA EN
LA CABEZA.



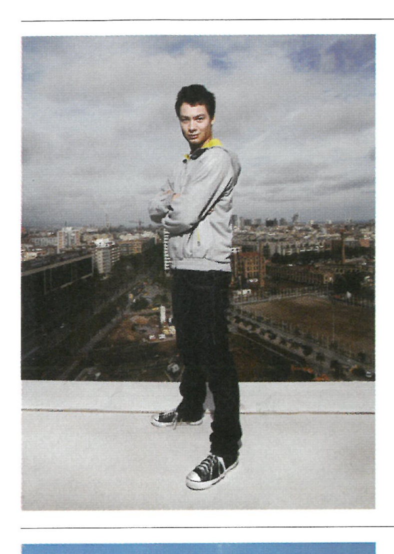

Tranquilos, soy doctora especializada en traumatología. Vivirá. ¿Nilo? ¿Me oyes?
NILO:
CHAQUETA RAYAS GUESS, CAMISETA WE ARE REPLAY, PANTALÓN GURU, BAMBAS ROJAS LOIS, RELOJ TOMMY HILFIGER, MÓVIL SIEMENS, MODELO SL65.
MADELEINE:
CAZADORA PEPE JEANS, CHALECO ETXART & PANNO, FALDA ALICIA RUEDA, MEDIAS CHERIE, ZAPATOS MAGRIT, RELOJ TOMMY HILFIGER.
EMIL:
JERSEY SELECTED, CAMISETA VANS, PANTALONES LOIS, BAMBAS KELME.
ESTEFANÍA:
CAZADORA VINTAGE LE SWING, TOP SORTIE DES CLASSES, PANTALONES CIMARRÓN, COLLAR RAMÓN SANTAEULARIA.
MARC:
POLO CELESTE REPLAY, PANTALONES CAROCHE, RELOJ DIGITAL DIESEL.
XOSÉ:
CHAQUETA VANS, CAMISETA LEE, PANTALÓN GRISBI, BAMBAS PUMA 96 HOURS.
¡MENUDO MACETAZO! LO SIENTO, TENíA QUE JUSTIFICAR DE ALGUNA MANERA VUESTRO PRIMER ENCUENTRO Y NO SE ME OCURRió NADA MEJOR.


NILO:
BAÑADOR SPEEDO.
MÓVIL SIEMENS,
MODELO SL65.
ALBORNOZ CALVIN
KLEIN.
¿Y ahora qué?
¿Qué tiene que ver esto con una historia de amor? Me muero de frío, sácame de aquí, por favor.
ESTA FOTO ERA PARA EL NÚMERO DE AGOSTO DE 2006, PERO NO HACE BUEN DÍA. SE NOTA QUE ES INVIERNO Y LA PISCINA ESTÁ VACÍA. VENGA, YA HEMOS ACABADO.

créditos

LA IDEA: Un formato nuevo. Un híbrido entre un cortometraje, un *spot* publicitario y un editorial de moda: la historieta de Scope Magazine de cada número. Una oportunidad generada desde Scope Magazine dirigida a jóvenes artistas y creadores para que desarrollen su talento y para que nos empapemos de él. Actores y actrices emergentes, realizadores y guionistas de cualquier disciplina, jóvenes fotógrafos, modelos y estilistas... *Gettynightmares,* escrita y realizada por Marc Lozano, es el primer resultado del invento. Y éstos son sus principales protagonistas.





ACTOR PRINCIPAL
NILO MUR

"Es que me lo llevaría a casa". Ésa fue la frase más repetida por el equipo femenino de la producción. No es para menos: tan sólo 19 añitos, nominado al Goya del año 2004 al mejor actor novel por su papel protagonista en *Héctor* de Gracia Querejeta, y a punto de estrenar *Melissa P* de Luca Guadagnino, la adaptación de la polémica novela *Los cien golpes* de la italiana Melissa Panarello, con María Valverde de protagonista. Emergente es poco. Mur se come la cámara. Sus registros son amplísimos; esta fotonovela es un claro ejemplo: Mur puede ser un niño travieso, un adolescente superado o un seductor infranqueable. Lo que se proponga.





GUIÓN Y REALIZACIÓN
MARC LOZANO

Ahora está mucho más delgado y guapo que cuando fue a la mili. Menos joven, eso sí, pero igual de *punki* y comprometido con la causa. ¿La causa? Lozano es, seguramente, el estandarte de los nuevos realizadores españoles que asomaron la cabeza a finales de los noventa influenciados por las nuevas maneras del videoclip. A través de su productora, Les Nouveaux Auteurs, Lozano es autor de muchos de los mejores clips de los últimos tiempos: Los Planetas, Australian Blonde, Beef, Najwa Nimri, Soziedad Alkohólika, Els Pets, etc... Luego, el paso a la publicidad fue inevitable. Y ahí sigue, luchando por la causa. ¡Firmes!

FOTOGRAFÍAS
NACHO ALEGRE

Jovencísimo fotógrafo barcelonés, claro exponente de la nueva generación de fotógrafos que comenzaron a publicar gracias a la arrolladora irrupción de las revistas gratuitas en la ciudad condal. Colaborador habitual de 'AB Magazine', 'Suite', 'Rojo Magazine' o 'Punto H', ligado intímamente a la agitada vida cultural y musical de Barcelona (muchos de los *flyers* que se mueven por la ciudad contienen sus imágenes), Alegre destaca por su estilo sobrio, elegante y directo. Creador junto a Rosa Codina, Mikhail Piskhunov y Zheng Guogu del proyecto Fucklet Photozine (www.fucklet.com). Su trabajo completo se puede ver en: www.nachoalegre.com





DIRECTORIO DE MARCAS
CONTACTOS

Adidas Y-3 (93 320 81 63)
www.adidas.com/y-3

Alicia Rueda (93 323 95 60)
www.aliciarueda.com

Armand Basi (93 488 03 33)
www.armandbasi.com

Barrio Santo (93 329 28 13)

Breil Jewels (902 211 120)
www.breil.com

By Joy (900 460 264)

Calvin Klein (91 531 31 62)
www.calvinklein.coms

Caroche (93 414 23 40)
www.carochejeans.com

Cherie (93 414 23 40)

Cimarrón (93 414 23 40)
www.cimarronjeans.com

Colcci (93 323 95 60)
www.colcci.com

Custo Barcelona
(93 378 84 10)
www.custo-barcelona.com

DKNY (93 363 38 70)
www.dkny.com

Dunlop (93 484 79 00)
www.dunlopsportsonline.com

Estéban
www.esteban-shop.com

Etxart & Panno
(93 280 65 40)
www.etxartpanno.com

Fairly (619 057 393)

Farrutx (91 309 35 02)
www.farrutx.com

Fred Perry (972 26 22 62)
www.fredperry.com

Freesoul (93 201 06 59)
www.freesoulworld.com

Giorgio Armani
www.giorgioarmani.com

Grisbi (93 487 18 22)

Guess (93 280 65 40)
www.guess.com

Guru (93 280 65 40)

Habit (91 310 50 34)
www.habitfashion.com

Hugo Boss (91 360 10 01)
www.hugoboss.com

Indian Rose (93 342 56 56)

In Wear (91 309 35 02)

Kailis (91 702 34 34)

Kelme (96 665 79 00)
www.kelme.com

Kohe (93 418 82 48)

Lacoste (93 241 41 81)
www.lacoste.com

Lancôme
www.lancome.com

Lee (93 323 95 60)
www.leejeans.com

Le Swing (93 324 84 02)

Levi's
(93 332 54 16)
www.levi.com

Lois (93 414 23 40)
www.loisjeans.com

Lotto (91 598 08 60)

LCDP Luxe
www.lcdpmarseille.com

Magnanni (91 309 35 02)

Magrit (91 309 35 02)
www.magrit.es

Mambo (93 488 30 60)

Mango (93 860 22 22)
www.mango.es

Montblanc (93 467 02 32)
www.montblanc.com

Morgan (93 272 20 70)
www.morgandetoi.com

Nike (902 222 152)
www.nike.com

Paco Gil (96 539 13 40)
www.pacogil.com

Pepe Jeans (91 310 50 34)
www.pepejeans.com

Pieces Accessories
(95 205 50 00)

Pirelli (93 238 82 45)
www.pirelli.com

Pulsar (93 419 58 88)
www.pulsarwatches.com

PlayStation (93 200 19 44)
www.playstation.com

Puma (91 702 20 57)
www.puma.com

Puma Time (91 531 31 62)
www.puma.com

Ra-Re Man (91 702 20 57)

Ramón Santaeluaria
(93 487 87 20)

Replay (93 488 30 60)
www.replay.it

Selected (95 205 50 00)

Selmark (93 418 82 48)
www.selmark.es

Sergio Tacchini
(93 488 03 33)
www.sergiotacchini.com

Siemens
(91 514 80 00)
www.siemens.com

Sistemfive (93 280 65 40)
www.sistemfive.com

Silvia Vera
(93 323 95 60)

Speedo (93 306 38 00)
www.speedo.com

Soaked In Luxury
(91 309 35 02)
www.soakedinluxury.com

Sortie Des Classes
(93 323 95 60)
www.sortiedesclasses.com

Tommy Hilfiger
(91 531 31 62)
www.tommy.com

Vans (93 488 03 33)
www.vans.com

We Are Replay
(93 488 30 60)
www.wearereplay.com

Wilson
(93 467 02 32)
www.mambo.es



ASUNCIÓN BRAVO
COORDINADORA
DE MODA Y BELLEZA
PALOMA BLANCO
ESTILISMO

1.
HYPNOSE DE LANCÔME
PRESENCIA CAUTIVADORA. ELIXIR DE FEMINIDAD. UN ORIENTAL AMADERADO Y SENSUAL.

2.
COLONIA DE ANTONIO MIRÓ.
UNA FRAGANCIA SENCILLA, FRESCA Y NATURAL. REINTERPRETACIÓN DE UN CLÁSICO. CON ACORDES DE INSPIRACIÓN MEDITERRÁNEA.

3.
HUGO ENERGISE DE HUGO BOSS.
UNA FRAGANCIA CÍTRICA CON MANDARINA Y NARANJA CHINA. URBANA, FRESCA, ELEGANTE Y NATURAL.

4.
DECLARATION DE CARTIER.
DÍA O NOCHE. UN MENSAJE DE ESPECIAS Y MADERAS, CON LA EFERVESCENCIA DEL CARDAMOMO.

5.
VV DE ROBERTO VERINO.
EN TONOS VERDE MANZANA Y CON EL AROMA DE ESTE FRUTO COMO COMPONENTE ESENCIAL.

6.
JESÚS DEL POZO IN BLACK.
CUESTIÓN DE PIEL. FLORAL, AFRUTADA, AMADERADA Y ORIENTAL.



7.
CK ONE DE CALVIN KLEIN. FÁCIL DE USAR Y COMPARTIR. DE UN AROMA FRESCO Y PERSONAL.

8.
BOURJOIS. CON MÁGICOS COLORES, DE TEXTURAS CÓMODAS Y FÁCILES, PARA ILUMINAR EL ROSTRO.

9.
PAR AMOUR DE CLARINS. UN PERFUME TRANSMISOR DE EMOCIONES. EL OLOR LLEVA LA MARCA DE UN RECUERDO. EN SU COMPOSICIÓN: BAYAS ROSAS, GROSELLA NEGRA, SÁNDALO Y BENJUÍ DE SIAM.

10.
ANGEL DE THIERRY MUGLER. UN PERFUME ENVOLVENTE Y CÁLIDO QUE FORMA PARTE DE UN TRÍO DE COMPOSICIÓN FLORAL.

11.
KENZOKI. CREMA BLANCA. UN COCTEL DE ACTIVOS ANTIFATIGA QUE HIDRATA Y REGENERA LA PIEL DEL ROSTRO.

12.
ESENCIA DE LOEWE. DESODORANTE ICONO DE SEDUCCIÓN PARA UN HOMBRE ELEGANTE Y DISTINGUIDO.

13.
MAX FACTOR. DOBLE MAQUILLAJE, BASE Y COLOR, DE TEXTURA SEDOSA Y PENETRANTE, QUE PERMITE UNA APLICACIÓN CONJUNTA DE EXCELENTE RESULTADO.

comprar

MODA_BELLEZA_
COMPLEMENTOS_
TECNOLOGÍA_ELECTRÓNICA_
GADGETS_

811692



FURBY
TU AMIGO EMOTRÓNICO

SONRÍE, TRANSMITE EMOCIONES, ES UN MUÑECO CLÁSICO Y ADEMÁS ES UN ROBOT CON UN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE VOZ.
WWW.FURBY.COM

671692 80406



CDX NUMARK
PINCHA EN DIGITAL

VINILOS, CDS Y MP3 EN UNA SOLA MÁQUINA CAPAZ DE SATISFACER LOS DJS MÁS EXIGENTES. AÑADE CUALQUIER FORMATO A TUS SESIONES.
WWW.LEXON.NET



M-BIKES
PEQUEÑAS PERO POTENTES

MINI MOTOS DE CUATRO TIEMPOS QUE SE PUEDEN CONDUCIR CON CARNÉ DE COCHE. LO PEQUEÑO ES HERMOSO.
WWW.M-BIKES.COM



IDJ
REMEZCLA DESDE EL IPOD

MESA DE MEZCLAS QUE SOPORTA DOS IPODS PARA COMBINAR SUS CANCIONES ALMACENADAS. EL MUNDO MAC LLEGA AL UNIVERSO DJ.
WWW.LEXON.NET

771695

DVD PHILIPS
EN CUALQUIER PARTE

DVD PARA LLEVAR A CUALQUIER LUGAR. ARTÍCULO IMPRESCINDIBLE EN VIAJES DONDE EL OCIO ES UNA POSIBILIDAD.
WWW.PHILIPS.ES

11692 30408





IWIRELESS MUSIC CENTRE
LA ESTACIÓN

40 GIGAS DE DISCO DURO PARA BAJAR Y GESTIONAR ARCHIVOS MUSICALES AMÉN DE ESCUCHAR LA MÚSICA ALMACENADA.
WWW.PHILIPS.ES

811692 30408

HOME CINEMA
DISEÑO ENVOLVENTE

DISEÑO HI-TECH COMBINADO CON UNA EFICACIA ENVOLVENTE EN ESTA NUEVA GENERACIÓN HOME ENTERTAINMENT HTS8010S.
WWW.PHILIPS.ES

511695 80458

SHOOBOX PSS120
COMPARTE TUS MP3

REPRODUCTOR DE MP3 CON MINIALTAVOCES INCORPORADOS. TU SELECCIÓN PERSONAL LISTA PARA COMPARTIR.
WWW.PHILIPS.ES

811692 30408

SIEMENS SXG75
TODO EN UNO

PRIMER TERMINAL G3 DE SIEMENS CON UNA CÁMARDE 2 MEGAPIXELS INCORPORADA. LA NUEVA GENERACIÓN ESTÁ AQUÍ.
WWW.SIEMENS.ES

11695 80458

HDD JUKEBOX
ALMACÉN MÚSICA NEGRA

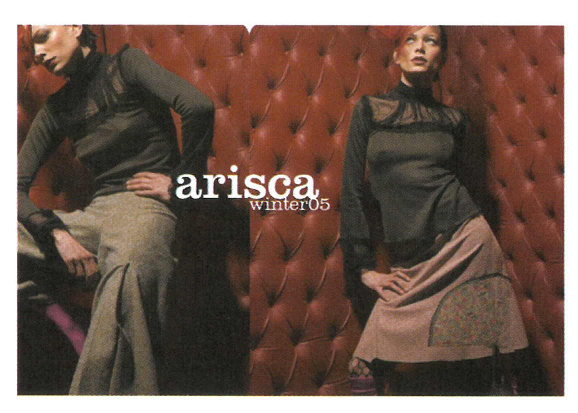
REPRODUCTOR MP3 DE PHILIPS CAPAZ DE ALMACENAR HASTA 20 GIGAS DE ARCHIVOS. CON LA PANNTALLA EN COLOR Y ELEGANTE DISEÑO EN NEGRO.
WWW.PHILIPS.ES

511695 80458

CAFENOIR
LA CALIDEZ DE UN BOLSO

PROPUESTAS CON PIELES FINAMENTE TRABAJADAS PARA LOGRAR EFECTOS TIPO COCODRILO, ENVEJECIDAS O EN DIVERSIDAD DE TEXTURAS.
WWW.CAFENOIR.IT

7169 80407



ARISCA
CULTURA POP

DOS JÓVENES DISEÑADORAS NOS TRAEN CORTES Y CROMATISMOS DE LOS AÑOS 50 PARA VIVIR EN EL S.XXI. CULTURA POP DESDE BARCELONA.
WWW.ARISCA.ES



MAX FACTOR
MAQUILLAJE DE ESTRELLAS

EL MAQUILLAJE DE LOS MAQUILLADORES USADO EN PELÍCULAS COMO 'THE AVIATOR' Y 'MOULIN ROUGE'.
WWW.MAXFACTOR.COM

811692 30408



FEU DU BOIS
LAS VELAS MÁS CHIC

VELAS DE AROMAS NATURALES PARA TUS VELADAS ROMÁNTICAS DE LA MANO DE LA FIRMA DE PERFUMES DIPTYQUE.
WWW.DIPTYQUE.TM.FR



AFTER FIVE
SOFISTICADA FRAGANCIA

ELIZABETH ARDEN CAPTURA EN UNA NUEVA FRAGANCIA, EL ESTILO DE VIDA REBOSANTE EXCITANTE Y SOFISTICADO DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK.
WWW.ELIZABETHARDEN.COM

461 2

ZENITH
LA HORA EN ROSA

LA FIRMA SUIZA LANZA EL BABY STAR MINK PINK, UN RELOJ CON ADORNOS DE VISÓN QUE ENCANDILARÍA A BRITNEY SPEARS.
WWW.ZENITH-WATCHES.COM



JANSDOTTER
ILUSTRACIÓN TEXTIL

LOTTA JANSDOTTER COMBINA EL MINIMALISMO JAPONÉS CON EL DISEÑO SUECO EN TEXTILES DE INTENCIÓN CLÁSICA Y UNIVERSAL.
WWW.JANSDOTTER.COM







KAILIS
PERLAS AUSTRALIANAS

DESDE LAS ANTÍPODAS, PERLAS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN DISEÑOS DE NOVEDOSAS FORMAS.
WWW.ARTISANSOFTHESEA.C M.AU


DIOR CHRONO
LA OPULENCIA CLÁSICA
ESTE RELOJ ES UN OBJETO DE LUJO DE LA FIRMA FRANCESA. ROBUSTO Y SÓLIDO PERO CON DETALLES QUE LO CONVIERTEN EN UN OBJETO DE LUJO.
WWW.DIOR.COM
671692 80406
Dior
GOLD FUTURE
PIEL DE ORO
HELENA RUBINSTEIN PROPONE ESTE NUEVO PRODUCTO PARA REVITALIZAR TU PIEL VOLVERLA A HACER BRILLAR COMO EL ORO.
WWW.HELENARUBINSTEIN.COM
771695 80407
HELENA RUBINSTEIN
GOLD FUTURE
DAMIANI
EL SELLO DE BRAD PITT
EL ACTOR BRAD PITT HA DISEÑADO ESTA PIEZA UNISEX JUNTO A DAMIANI PARA LLEVAR COMO COLGANTE O BRAZALETE GRACIAS A SU CORDÓN.
WWW.DAMIANI.IT
771695
DAMIANI
MaxMara
MAX MARA
REGALO DE NAVIDAD
PARA ESTAS FIESTAS MAX MARA PROPONE UNAS GAFAS DE SOL DE ACETATO CON CRISTALES DE SWAROVSKI EN LAS PATILLAS
511695 80458
WOMEN'S SECRET
LA REVOLUCION INTERIOR
SEXY, SIMPLE Y BÁSICO ASÍ ES WOMEN'S SECRET, LENCERÍA QUE PROPONE UNA REVOLICIÓN EN LA ROPA ÍNTIMA: GRAN DISEÑO A PRECIO ASEQUIBLE
WWW.WOMENSECRET.COM
811692 30408
SEBASTIAN
POTION 9
SEBASTIAN
POTION 9
TRUCCO POTION 9
COSMÉTICA Y MODA
TRUCCO Y LA FIRMA DE PRODUCTOS PARA EL CABELLO SEBASTIAN UNEN FUERZAS PARA LANZAR POTION 9, UN ACONDICIONADOR PARA HOMBRE.
WWW.TRUCCO.ES
511695 80458

DOCKERS
ZONA DE OBRAS

DE PANTALONES DE TRABAJO A PRENDA OBLIGADA EN CUALQUIER ARMARIO CASUAL MASCULINO.
WWW.DOCKERS.COM

417695

FRESH FRUITS
COOLHUNTING EN JAPÓN

EL FOTÓGRAFO Y COOLHUNTER SHOICHI AOKI PUBLICA EN UN FANZINE ESTAS FOTOS DE ADOLESCENTES EN JAPÓN RECOPILADAS EN ESTE LIBRO.
WWW.PHAIDON.COM

651692 80449

LEVI'S
SIEMPRE A LA ÚLTIMA

EL DENIM SIEMPRE RENOVANDOSE. LEVI'S PROPONE LINEAS NUEVAS PARA CRUZAR EL MUNDO INDÓMITO CON EL GLAMOUR.
WWW.LEVI.COM

952695 42378




BDF
Beiersdorf
SIN MANCHAS BLANCAS
SIN RESIDUOS EN TU PIEL
NUEVO
NIVEA
deodorant
PURE
Protección Invisible
Cuida tu piel
24h
Protección eficaz
Anti-residuos
Nuevo NIVEA Desodorante Pure.
Descubre la transparencia y la pureza de su fórmula, tan pura que no verás manchas blancas en tu ropa ni residuos en tu piel.

TECNOLOGÍA

_¿CUÁL ES LA MEJOR COMPRA QUE HAS HECHO ÚLTIMAMENTE?

_PUES, MIRA, DESDE QUE LLEVO MI IPOD A TODOS SITIOS PUEDO PRESCINDIR DE MI HABITUAL MANOJO DE CDS COSA QUE ME HA ALIVIADO MUCHO LA VIDA. ES MI MEJOR COMPRA EN MUCHO TIEMPO, SIN DUDA.

_¿Y ALLÍ LLEVAS TODO TIPO DE MÚSICA?

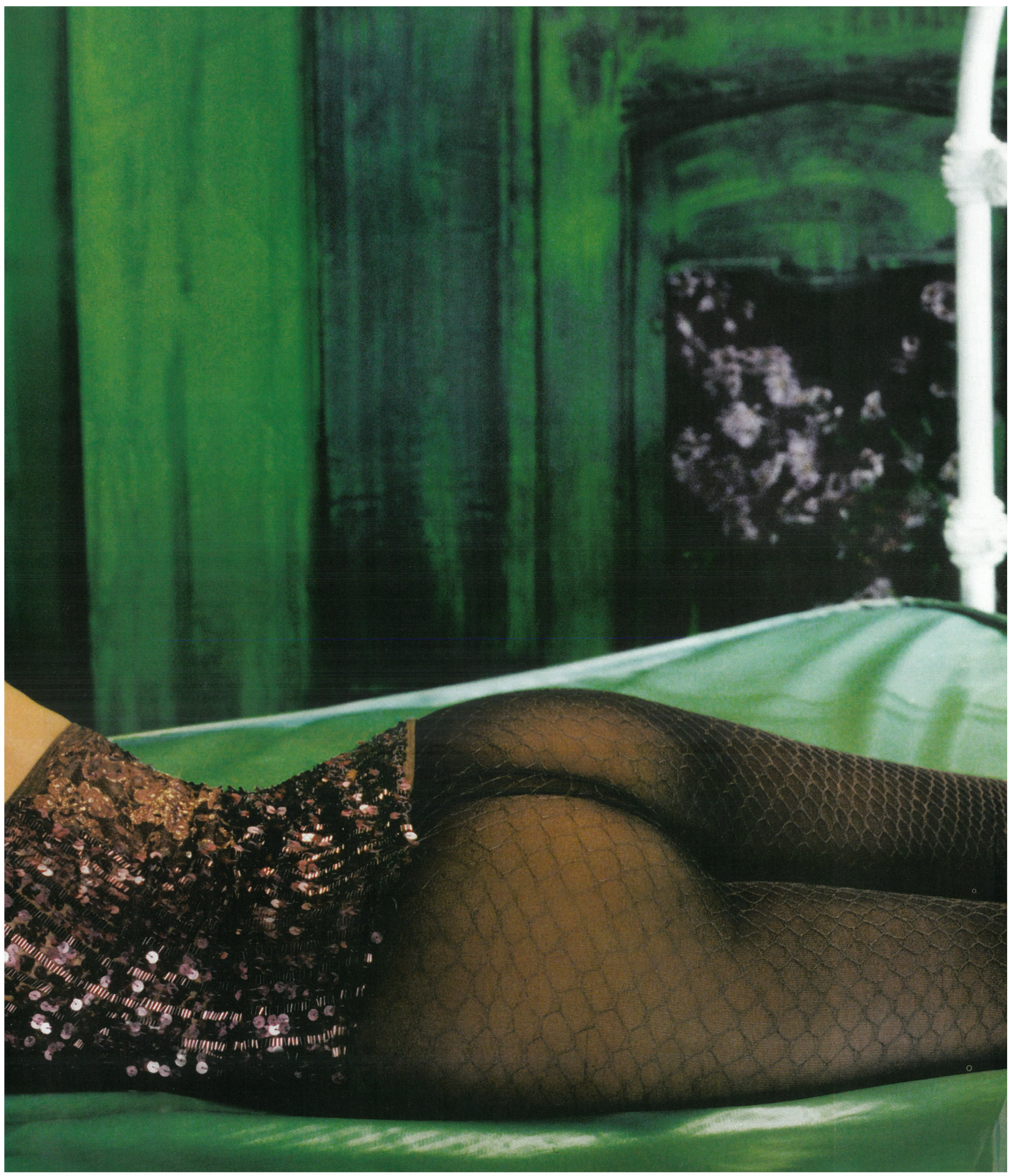
_SÍ, YA TE HE DICHO QUE COMO LA ENERGÍA ESTÁ MODIFICÁNDOSE CONTINUAMENTE, A VECES ME APETECE UN ROCK SALVAJE PARA LEVANTARME CON GANAS DE GUERRA Y A VECES ALGO MUCHO MÁS TRANQUILO.

_TE IBA A PREGUNTAR CÓMO TE RELACIONABAS CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, PERO YA VEO QUE BIEN...

_NO TE CREAS. ESTOY EN ELLO PERO SOY UN POCO DESASTRE. ME MANEJO MÁS O MENOS BIEN CON MI PEQUEÑO MAC, PORQUE CON UN PC ME ES IMPOSIBLE... HE APRENDIDO A COMPRAR MÚSICA EN ITUNES, QUE ES MUY FÁCIL... PERO TODO POCO A POCO.

F: WWW.LICKERISH.BIZ

CONTINÚA EN LA PÁGINA 88.



SANDWICH & FRIENDS
UN MURAL OBRA DE JORDI LABANDA, GRANDES LUNAS Y AMARILLO APLICADO SIN MIEDO.
→

Francesc **Pons**

T: Ramón Ayala
F: Raimon Solà

Rebelde del lujo, Francesc Pons (Barcelona, 1967) se encuentra ahora mismo en una carrera muy distinta a la que están corriendo otros interioristas españoles. Lejos del omnipresente y escuálido minimalismo y muy por encima del candor mediterráneo. Pons ha salido del círculo vicioso haciendo de su obra una reivindicación de la opulencia, una revisitación del *glamour* de los años cincuenta. Así lo atestiguan la tienda que hace de buque insignia de Amaya Arzuaga en Madrid, el estudio fotográfico de Outumuro, el restaurante El Noti o el fast food Sandwich & Friends.

AMAYA ARZUAGA
EL BUQUE INSIGNIA DE LA FIRMA VASCA EN MADRID SE PROYECTÓ BAJO LA AÑORANZA DEL ESPLENDOR DE DIOR O BALENCIAGA.
→



EL NOTI
LA ANTIGUA REDACCIÓN DE UN DIARIO ('EL NOTICIERO UNIVERSAL') CONVERTIDA EN UN TEMPLO DEL INTERIORISMO DE LUJO
→



SANDWICH & FRIENDS
LOS SUCESIVOS ESPACIOS DE LA MARCA HAN MANTENIDO EL CROMATISMO TECHNICOLOR.



AMAYA ARZUAGA
CUERO BLANCO, ACERO INOXIDABLE Y MADERA LACADA PARA UN ESPACIO DE LOS CINCUENTA.

EL NOTI
LA ILUMINACIÓN APORTA LA MITAD DEL 'EFECTO DRAMÁTICO' DEL ESPACIO. LA OTRA, LOS MATERIALES NOBLES.



→ **ESTUDIO OUTUMURO**
LOS FRESCOS DE LA SALA PRINCIPAL TARDARON DOS AÑOS EN RESTAURARSE.

→ **ESTUDIO OUTUMURO**
EL ESPACIO DE TRABAJO DEL FOTÓGRAFO ESTÁ SITUADO EN UN PALACIO DEL SIGLO XVIII.

Francesc Pons
Ubicuidad universal





www.estudifrancescpons.com

Formado como diseñador industrial y de interiores en la escuela Elisava de Barcelona, tras una década de experiencia profesional en varios estudios de diseño industrial y de interiores fundó el Estudi Francesc Pons en 1995. Desde entonces ha diseñado el espacio de áticos, apartamentos como el de Jordi Labanda, estudios fotográficos (Outumuro), tiendas de moda (Amaya Arzuaga) o incluso peluquerías (Salón de Belleza 5º 1ª). La impronta dejada por el diseño industrial es una pasión por el detalle difícil de ver en otros interioristas e incluso en arquitectos. Ésta le empuja a lacar el interior de los armarios, algo que en principio no está a la vista. Dios está en los detalles, decía Mies van der Rohe. Él lleva esta religión hasta límites enfermizos.

Le obsesionan los materiales nobles. Un ejemplo, en el restaurante El Noti abundan el terciopelo rojo, el linóleo, el cristal negro, la seda japonesa en las paredes, la formica rosa, el cobre. Distribuidos en superficies lisas, pulidas y lacadas, sin ornamento alguno porque el ornamento es la superficie. Qué ornamento se va a buscar cuando se usa roble añejo o madera de cerezo. Es exquisito, pero se justifica diciendo que las alternativas a eso son muy malas. Su obra está emparentada con el art déco, pero no aquel modernismo de principios de siglo, sino su reinterpretación de los años setenta, el que pasó por el tamiz del racionalismo. El que llevaron a Estados Unidos los europeos exiliados. Modernismo de estilo internacional, la obra de Van der Rohe, las mansiones californianas de Richard Neutra. Y ahí es donde hay que situar a Pons, en una nueva reinterpretación de todo eso. Su estilo es universal. En cualquier lugar podría haber un espacio "estilo Pons".

¿De dónde sale todo esto? Habla de sí mismo, de recuerdos, del cine visto en la infancia. Quizá de aquellas películas de teléfono blanco de Doris Day y Rock Hudson, las de Blake Edwards. Podría apostar a que si David Lynch conociera su obra (y su manera de iluminar) le reclamaría para uno de esos (malos) sueños californianos suyos donde suena Roy Orbison y nadie es lo que parece.

ESTUDI FRANCESC PONS
INTERIOR DEL ESTUDIO.
→


GURU
Air Guru by David LaChapelle © Jam Session Group 2005 www.guru.it



Póquer de vídeo-realizadores

Anton Corbijn
Jonathan Glazer
Mark Romanek
Stéphane Sednaoui



T: Joan Pons

Hará cosa de dos años, Chris Cunningham, Michel Gondry y Spike Jonze alcanzaron el merecido reconocimiento de la industria audiovisual como artistas gracias a la publicación de tres DVDs monográficos que recopilaban sus mejores trabajos en el formato videoclip. Por primera vez en la historia de la comercialización de vídeos musicales, el nombre del realizador iba por delante del nombre del grupo. Victoria pírrica hubiera sido que el triunfo de esta santísima trinidad hubiera quedado como episodio aislado. Hay más directores de clips que merecen un DVD para ellos solos. Y también con su nombre por delante. Que Cunningham, Gondry y Jonze hayan alcanzado su bien ganada reputación como autores ha de entenderse como un precedente, como la construcción de una planta baja sobre la que edificar. Y eso es precisamente lo que está pasando.

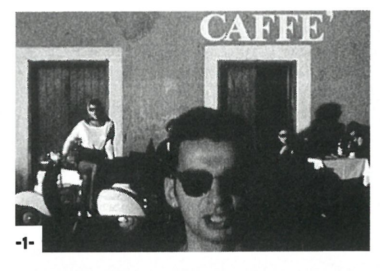
El edificio *The Work of Directors* va hacia arriba. Los nuevos ilustres inquilinos son Anton Corbijn, Jonathan Glazer, Mark Romanek y Stéphane Sednaoui. Se trata de una selección de nombres discutible pero muy apropiada para garantizar el futuro de esta colección. Digo lo de discutible porque en esta nueva tanda de nombres propios (cuatro DVDs que se pueden conseguir en pack o por separado) a veces parece como si, precisamente, el nombre propio fuera secundario. Da la sensación de que para asegurar el tiro se haya escogido a los directores que han trabajado con músicos con más tirón popular. Sabido es que, quizá con excepción de Corbijn, ninguno de los elegidos suena tanto como Cunningham, Gondry o Jonze, cuyos nombres ya corrían de boca en boca durante los años previos a la publicación de sus monografías. Así que el fantasma del anonimato, tan letal a la hora de comercializar cualquier producto, se tenía que combatir (no en vano la batalla que se libra desde *The Work of Directors* es precisamente la de sacar a la luz al creador escondido detrás del clip) y paliar de otra forma: poniendo en las estanterías de venta al público clips de R.E.M., U2, Red Hot Chili Peppers, Depeche Mode, Madonna, Björk, Beck, Radiohead... Parece contradictorio (otra vez el nombre de los autores de la música oscureciendo el de los autores de las imágenes), pero no es más que un caballo de Troya. Porque si esto es un ardid para que más adelante *The Work of Directors* lance otras andanadas de DVDs con Jonas Åkerlund, Floria Sigismondi y Tarsem Singh (opción comodona), o con Garth Jennings, Roman Coppola y Mike Mills (opción molona), o con Shynola, H5 y MK12 (opción listilla) o hasta con Jem Cohen (opción suicida)... entonces bienvenido sea. Pero, de momento, lo que hay es esto.


CACHÉ
Anton
Corbijn

"MIS INSPIRACIONES SON LAS DOS 'T' DE EUROPA: TATI Y TARKOVSKI".



THE WORK OF DIRECTOR: ANTON CORBIJN PORTADA DEL DVD. ESTAS NUEVAS EDICIONES DE 'THE WORK OF DIRECTOR' ESTÁN DISTRIBUIDAS EN ESPAÑA POR EMI.



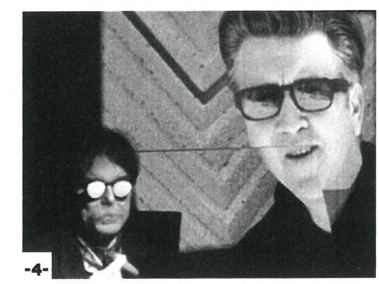
-1-



-2-



-3-



-4-

El holandés Anton Corbijn (Strijen, 1955) es un artista. O va de artista, que para el mundo de que estamos hablando es casi lo mismo. "*Soy un fotógrafo*", se define él. Y si ha acabado realizando clips es porque los grupos a los que fotografiaba le convencieron para que también dirigiera sus vídeos. Sea como fuere, Corbijn es un pionero en cuanto a autor de clips con firma se refiere. Tiene caché. Aunque haya acabado dirigiendo por accidente, sus obras tienen unas claras intenciones artísticas. Él siempre ha parecido entenderlas como una prolongación de su mirada, como una parte más de su corpus artístico. Por eso estampaba su rúbrica. Los primeros clips que dirigió en los años ochenta, los mejores, tiene signos reconocibles de su estilo: muchos de ellos empiezan con el título de la canción y el grupo escrito en un pizarrín, una pantalla de televisión, una claqueta, un telón... Son clips para Propaganda, David Sylvian, Echo & The Bunnymen... y de alguna manera todos ellos contribuyen a crear una estética común de cierta música –prolongación de la línea siniestra, extensión de la new wave, resaca del techno-pop...– de los ochenta.

El *look* Corbijn es un *look* muy concreto dentro de las imágenes del rock. Los desenfocados, la utilización del blanco y negro (con o sin filtros), la imagen con grano, los colores saturados... Este fotógrafo de estrellas se sabe creador y poseedor de un estilo. Y los grupos que han confiado en él –Depeche Mode y U2 especialmente, también R.E.M., Metallica o Echo & The Bunnymen– lo saben. Esteta del súper 8, fabulador de imágenes más que narrador de historias –como fotógrafo vocacional que es–, cinéfilo poco disimulado –el clip de Propaganda rinde claro tributo a Fritz Lang; *Behind the Wheel*, de Depeche Mode a la nouvelle vague; y es capaz de disfrazar a Metallica como héroes y villanos de un añejo western de Tom Mix–, Corbijn sigue siendo celoso de su obra. Por eso su DVD para *The Work of Directors* es el más completo, el más cuidado, el que muestra al artista más comprometido con el producto final.

Pero, por muy histórico que sea Corbijn, no todo lo que ha hecho tiene un pase. Hay algunos episodios de su *work in progress*, ahora que se puede contemplar en conjunto, que denotan una progresiva pérdida de tensión creadora. Más o menos a partir de principios de los noventa, sus clips empiezan a perder la intención cinematográfica, el sello personal y la vocación artística que los caracterizaba. Si tomamos como ejemplo *Heart Shaped Box*, para Nirvana, nos encontramos con un clip que parece más de Tarsem Singh –el influjo de *Losing My Religion* de R.E.M. fue dañino en su caso– que de Corbijn. Así que a medida que sus influencias viene más del propio mundo del clip que del cine, su obra mengua en interés y su estética clásica empieza a aparecer como un estilo ya superado. Y así hasta sus últimos trabajos para Travis (*Re-Offender*) o The Killers (*All the Things That I've Done*). No obstante, su caché sigue intacto.

Buena prueba del prestigio de Anton Corbijn es el documental sobre su figura, que también se incluye en el DVD, con loas de todos los estrellones con que ha trabajado. No obstante, en el capítulo de extras hay joyitas para coleccionistas como *Hockey*, su primer clip para Palais Schaumburg o *Front by Front* para Front 242, un Corbijn puro en el cenit de su carrera a finales de los ochenta.

sus mejores vídeos

-1- **DEPECHE MODE** 'BEHIND THE WHEEL'

Insinuando el romántico tema de "Tú y yo solos contra el mundo", este clip tan deudor de la nouvelle vague sentó las bases del pacto Depeche Mode/Corbijn. La vespa, el biscúter, el café de pueblo, el acordeón de Martin L. Gore, el bigotito y las muletas de Dave Gahan... una francesada *arty* de lo más *chic*.

-2- **JOY DIVISION** 'ATMOSPHERE'

Persuadido por Tony Wilson, Corbijn se traslada al paisaje desértico de Almería para oficiar una misa pagana en honor al difunto Ian Curtis. Si Peter Saville había definido el *look* Factory durante años, Corbijn acepta el reto de renovarlo sin perderle el respeto a partir del ceremonioso deambular de unos extraña cofradía de monjes.

-3- **HENRY ROLLINS** 'LIAR'

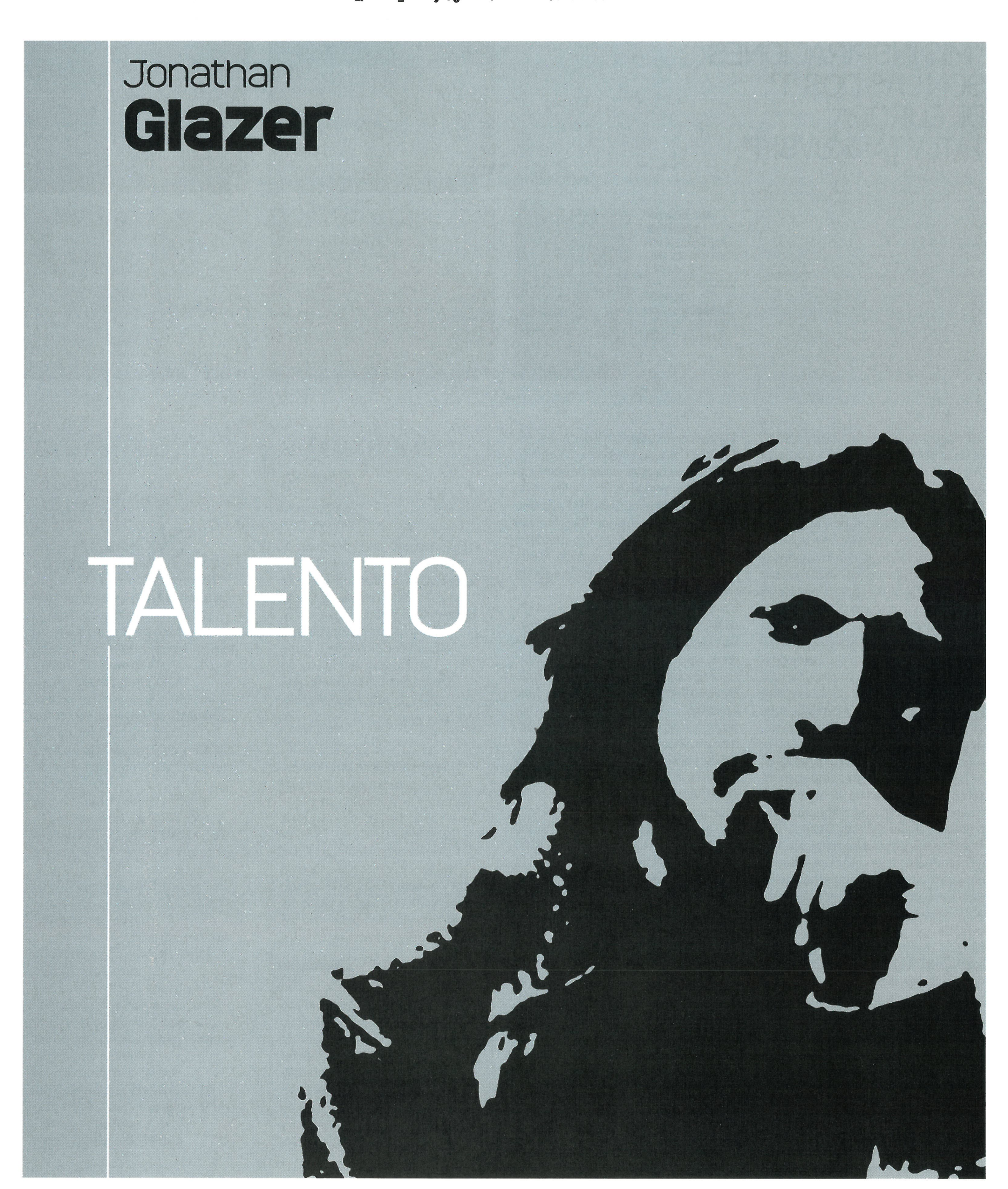
Ahora Henry es un intelectual con gafas de pasta. Ahora, un temible policía. Ahora, un superhéroe de guiñol. Ahora, una monja. Y siempre, un animal. El rojo, saturadísimo, se introduce en el mundo bicolor de un Corbijn que cuando más encendido ve a Henry Rollins, más lo desenfoca.

-4- 'Some YoYo Stuff'

→ **la fuga**

Si bien el pedigrí de Anton Corbijn se debe a sus imágenes fijas –seguir la evolución de sus fotografías es repasar media vida del rock–, también ha clavado alguna pica con imágenes en movimiento y no precisamente en formato videoclip.

A la espera de *Control*, su anunciado y nunca materializado proyecto sobre los últimos años de Ian Curtis, el cantante de Joy Division, en formato largometraje (después de *24 Hour Party People* del británico Michael Winterbottom parece más difícil e... ¿innecesario?), *Some YoYo Stuff* (1994) quedará como su creación más notoria. De hecho, es uno de los grandes activos de este DVD. Aunque sólo se incluya un fragmento, esta especie de documental-ficción-entrevista-videocreación donde Corbijn, como él mismo dice, "observa las observaciones de Don Van Vliet" (ayudado a las preguntas por... ¡David Lynch!) tiene un valor incalculable. Debe de ser el último testimonio audiovisual que existe de Captain Beefheart, pionero del vídeo musical con su célebre proto-videoclip de 1971 *Lick My Decals Off, Baby*.


Jonathan
Glazer
TALENTO

"ESOS MOMENTOS EN QUE EL LENGUAJE DE UNA OBRA DEJA DE TENER QUE VER NADA CONTIGO, SIMPLEMENTE SE LEVANTA Y CAMINA, SON GRANDES MOMENTOS".

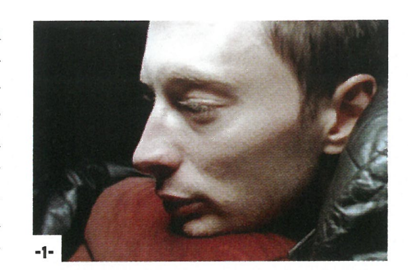
Virtual Insanity de Jamiroquai es uno de esos clips clavados en el inconsciente colectivo. Incluso los no fans de Jay Kay (conozco a muchos más detractores que admiradores y ni que decir tiene en qué bando me alineo yo) admiraban ese vídeo. Fue de los primeros clips que movían al espectador a conocer al autor de las imágenes. También era uno de esos clips que azuzan sobremanera la curiosidad de quien lo está viendo. ¿Cómo está hecho esto? ¿Se mueve él? ¿Se mueven las paredes? ¿Se mueve el suelo? Vamos, que *Virtual Insanity* tiene un truco genial. Ésa es su principal virtud y su principal problema. Por extensión, diría que también es una de las principales virtudes y uno de los principales problemas del formato videoclip en general: confiarlo todo a un efecto especial desde la creación y dejarse cegar sin un ápice de espíritu crítico desde la contemplación.

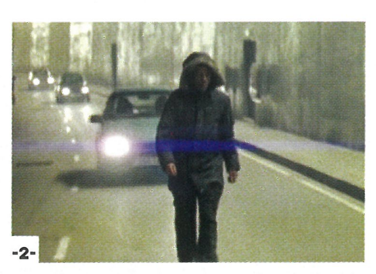
Por fortuna, el británico Jonathan Glazer (Londres, 1965), que ése descubrimos después que era el nombre del prestidigitador que movía las dimensiones espaciales de *Virtual Insanity*, es mucho más que un director de un solo truco. De hecho, Glazer es un hombre que tiende más a la efectividad que al efectismo. O, si acaso, al efectismo efectivo o a la efectividad efectista. Vaya, que Glazer tiene ideas a bidones. Y mucho, muchísimo talento para llevarlas a cabo.

Si lo máximo que se le puede pedir a un realizador de clips es que piense en estas piezas como en un relato corto, un poema o un pequeño ensayo, Jonathan Glazer ha trabajado estas tres disciplinas cada vez de una forma más depurada. Su obra es corta, es cierto, pero valiosísima. A medida que avanza en sus experiencias en el terreno de videoclip, sus piezas son cada vez mejores. Basta con comparar *Street Spirit* para Radiohead –un clip bonito pero bastante del montón– con *Karma Police* también para el grupo de Thom Yorke, donde parecía haberle tomado la medida exacta a la creación breve.

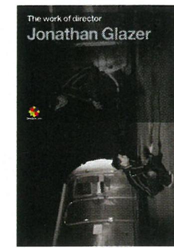
Como ya ocurría con el DVD dedicado a Chris Cunningham, la obra en formato clip de Glazer es demasiado corta para reunirla en un disco y hacer pagar por ella. Se debe aliñar con otras incursiones en otros terrenos. Así que en este DVD, aparte de sus vídeos musicales, se incorporan algunos de sus *highlights* en el mundo de la publicidad. Y la verdad es que algunos anuncios son tan sonados como sus clips. Capaz de imaginar que unos caballos gigantes hagan surf, de hacernos seguir con interés dos largos recitados de Samuel L. Jackson sobre microeconomía, de encontrar poesía en los disturbios callejeros -ah, qué útil es la cámara lenta para la lírica-, de cultivar la comedia meridional, de fantasear dentro de la mente de un borracho o de derribar a la carrera todas las limitaciones de la imaginación (ahí va un eslogan que le viene al pelo: *impossible is nothing!*), Glazer se acredita como uno de los creadores todoterreno más inspirados de la última década. Su incursión en el mundo del cine, además, ha sido una de las más aplaudidas de toda la generación del clip: *Sexy Beast* y *Reencarnación* han llamado la atención en círculos muy poco proclives a apreciar a directores provenientes del "género chico".

Como la carrera de Glazer como director de largometrajes parece tan bien encaminada como la de Michel Gondry o Spike Jonze –este DVD podría haber salido en la primera tacada de *The Work of Directors* y no se hubiera notado bajón de calidad alguno–, parece poco probable que vuelva a dirigir videoclips. Quizá si fuera un poco menos opaco como persona –la entrevista que acompaña el libreto del DVD nos muestra a un creador metido hacia adentro: lacónico, desconfiado, seco–, podríamos tener más pistas sobre por dónde va a dirigir su trayectoria. Porque sería una lástima que un tipo que planifica y rueda tan bien (incluso cuando quiere filmar mal, como en las introducciones del vagabundo que sirven de distintos menús de este DVD) dejara de trabajar en un formato que necesita de talentos tan incuestionables como el suyo.


-1-


-2-


-3-



THE WORK OF DIRECTOR: JONATHAN GLAZER PORTADA DEL DVD. A DIFERENCIA DE LOS TRES DVDS ANTERIORES ESTOS CUATRO SÍ CUENTAN CON SUBTÍTULOS EN CASTELLANO.

sus mejores vídeos

-1- RADIOHEAD
'KARMA POLICE'

El thriller. Quizás este vídeo se podría haber resuelto en plano secuencia. Pero habría sido un virtuosismo innecesario que le habría robado presencia a la narración. Como los mejores cuentistas, Glazer se guarda un giro final (el clásico cazador cazado) que bien podría haber sido el de una secuencia de *Fargo* (Joel Coen, 1996).

-2- UNKLE
'RABBIT IN YOUR HEADLIGHTS'

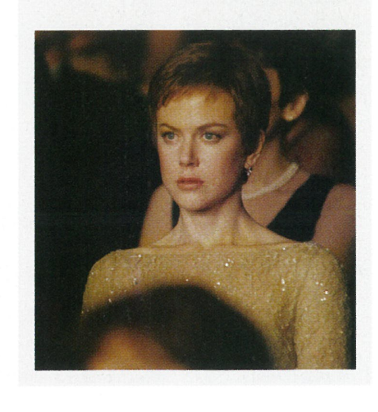
El fantástico. Parece una leyenda urbana. ¿Cuántas veces es atropellado ese *homeless* (grande Denis Lavant) que camina jurando por un túnel? ¿Y cuantas veces se levanta? No es posible. No es real. ¿O sí? Porque, por mucho que se intente eliminar, la figura del *homeless* indeseable seguirá en pie. Aquí hay recado.

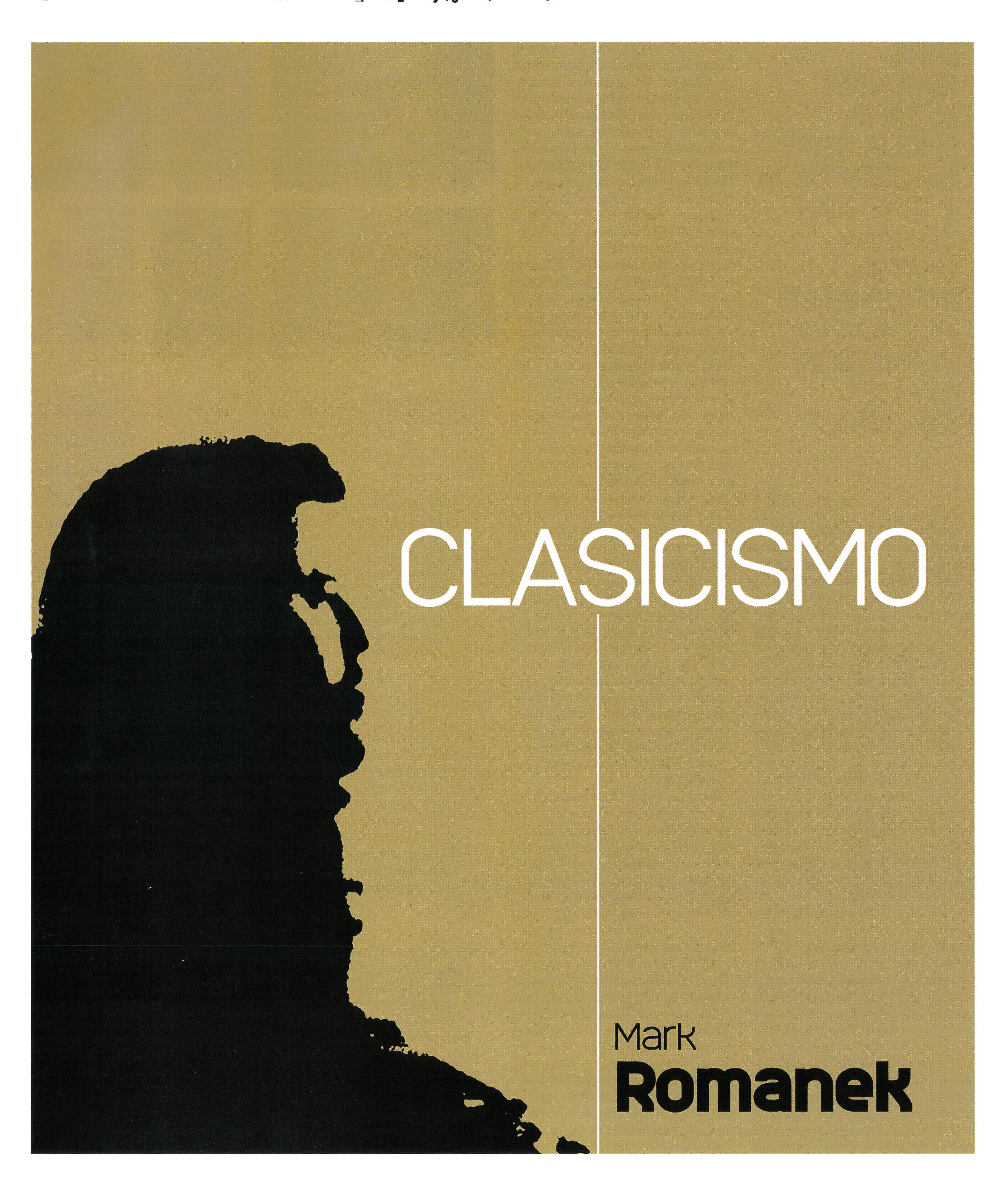
-3- RICHARD ASHCROFT
'A SONG FOR THE LOVERS'

El cine verité. Con uso del sonido diegético, el sonido ambiente y el tiempo muerto hasta entonces insólito en los clips, Glazer se encierra con Ashcroft a penar por su soledad. El fru-fru de una toalla, el goteo del grifo, la puerta, el teléfono, el fluorescente... todo suena en este inopinado *mix* hiperrealista del audio de *A Song for the Lovers*.

'Reencarnación' → la fuga

***Sexy Beast* (2000), la primera incursión en el cine de Jonathan Glazer, nos la podíamos esperar. Se trata de un thriller muy bruto y muy comiquero envenenado de humor salvaje. Falla, como dice el tópico –por otro lado, demasiadas veces cierto– en el *timing*. A veces el film se le desmaya. Lo que nos dejó de una pieza fue *Reencarnación* (2004). Aquí, si te crees la premisa inicial, por supuesto, ya no falla nada. A partir de una idea original propia que se toca con el cine fantástico, Glazer se muestra como un autor mucho más interesado en el dibujo psicológico de los personajes que en la trama o en el aspecto de la película. Lo cual no quiere decir que descuide la puesta en imágenes. *Reencarnación* es fría, limpia y casi austera: el primer plano sostenido de Nicole Kidman en la ópera es uno de los grandes momentos cinematográficos de la última temporada.**



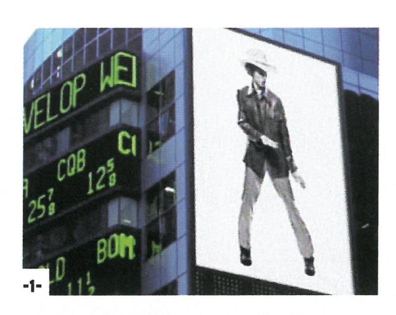


CLASICISMO

Mark
Romanek

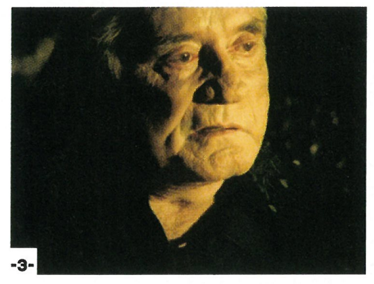
"SÓLO PORQUE DISPONGAS DEL EQUIPO NO SIGNIFICA QUE TENGAS QUE SACARLO DEL CAMIÓN Y PONERLO EN MARCHA".

Antes de ver el DVD dedicado al estadounidense Mark Romanek (Chicago, 1959), si alguien me hubiera preguntado si merecía una retrospectiva de estas características y dentro de esta colección hubiera contestado que, indiscutiblemente, sí. Ahora, visto lo visto, ya no lo tengo tan claro. Porque si *The Work of Directors* está dedicada a reivindicar a los artistas del clip, a Romanek ese traje le va grande. En cambio, si como parece que apunta la línea de esta colección los nombres a aglutinar en monografías son más bien los de artesanos del formato, Romanek es un profesional como la copa de un pino. Estajanovista del clip, a Romanek se le ve nacido para este formato. Se le nota a gusto haciendo vídeos musicales. Y, además, hace muchos. Y ello, como todo lo que se factura casi en serie, reduce la calidad de su obra. Bueno, más que reducirla diría que cuesta más encontrar productos - porque él hace productos, no obras- brillantes y menos toparse con piezas convencionales.
Si bien podríamos decir que Romanek es el autor ideal para tratar de establecer un canon de clasicismo dentro del lenguaje del clip, esta misma categoría, la de clásico, es la que limita el interés de su trabajo. A partir casi siempre de una idea plástica sencilla, nunca trata de ir mucho más allá de los límites del formato. Le falta riesgo y le sobra formalidad. Es un mandado. Aunque quizás es el mejor de todos los mandados.
Echar una ojeada al listado de artistas que han solicitado sus servicios puede ser muy ilustrativo. Romanek ha trabajado para todas las grandes compañías y todos los grandes artistas de estas compañías. Saben que no les va a fallar. Es un tipo serio. Fiable. Ni les va a venir con ideas disparatadas ni les va entregar un producto que no llegue a los mínimos.
Alérgico a las veleidades artísticas y poco dado a anteponer su ego al de los artistas para los que trabaja, Romanek tiende a la sobriedad y generalmente al realismo, si es que ésos son valores en liza en el mundo del clip promocional. Aunque sus vídeos no sean para nada planos, aunque intente buscar un mínimo de originalidad que diferencie sus piezas de las de los demás, muy pocos títulos de los que aparecen en este DVD van a pasar con letras de oro a la pequeña gran historia de este formato. Le basta con iluminar bien, sacar a la banda (siempre, siempre, siempre sale el artista) con un aspecto algo distinto al habitual pero no muy distinto y crear un escenario atractivo para casi cualquier espectador, pero sin incomodar, ofender o plantear preguntas a ese mismo espectador. Chico obediente, chico aplicado, chico cumplidor, chico humilde, este Romanek. Quizá por eso nunca le va a faltar trabajo.
Cuando *The Work of Directors* llamó a su puerta, él ya llevaba años preparando sus memorias videográficas: en principio la muy prestigiosa colección de DVDs Criterion le había solicitado una recopilación de similares características. Así que los deberes, cómo no, ya los tenía hechos. Por eso su DVD se nota muy trabajado: comenta (y comenta bien, sin desgana para cubrir el expediente) todos y cada uno de los vídeos que aparecen. Además, la entrevista que le realiza Spike Jonze para el libreto es la más larga y la más interesante de todo el pack. Se aprende mucho... del oficio; una razón que explica la admiración que el propio Jonze profesa hacia su figura. Con él debió de aprender. Sorprende, sin embargo, que como confeso admirador de Jonas Mekas, Stan Brakhage, Andy Warhol y Kenneth Anger (pioneros todos, a su manera, del videoclip) y todo el cine que se inclina hacia la abstracción, haya acabado adquiriendo la fisonomía menos vanguardista del director de clips.



-1-


-2-


-3-



THE WORK OF DIRECTOR: MARK ROMANEK PORTADA DEL DVD. ATENCIÓN A LOS LIBRETOS INTERIORES, REPLETOS DE INFORMACIÓN Y FOTOS IMPAGABLES.

sus mejores vídeos

-1- **BECK** 'DEVIL'S HAIRCUT'

Romanek es capaz de sacar un clip de muy poca cosa. Y esta vez le hacía gracia que un chaval esmirriado con un sombrero de *cowboy* y un *ghetto blaster* pareciera a punto de ser devorado por su entorno. Eso antes de que la cámara afinara el foco en su cara. La imagen se congela y el chaval es... Beck.

-2- **EELS** 'NOVOCAINE FOR THE SOUL'

Que Mark Oliver Everett, alias E, es un colgado ahora ya lo sabemos todos. Pero en 1996, cuando Eels quisieron hacer su primer vídeo, sólo Romanek advirtió que un tipo tan peculiar ("me recuerda a Buster Keaton", dice) no tocaba con los pies en el suelo. Por eso ¿qué mejor que hacerle levitar a él y a su banda?

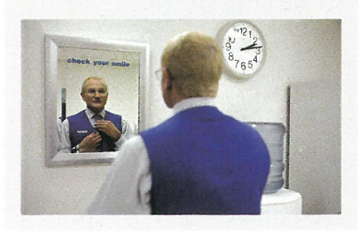
-3- **JOHNNY CASH** 'HURT'

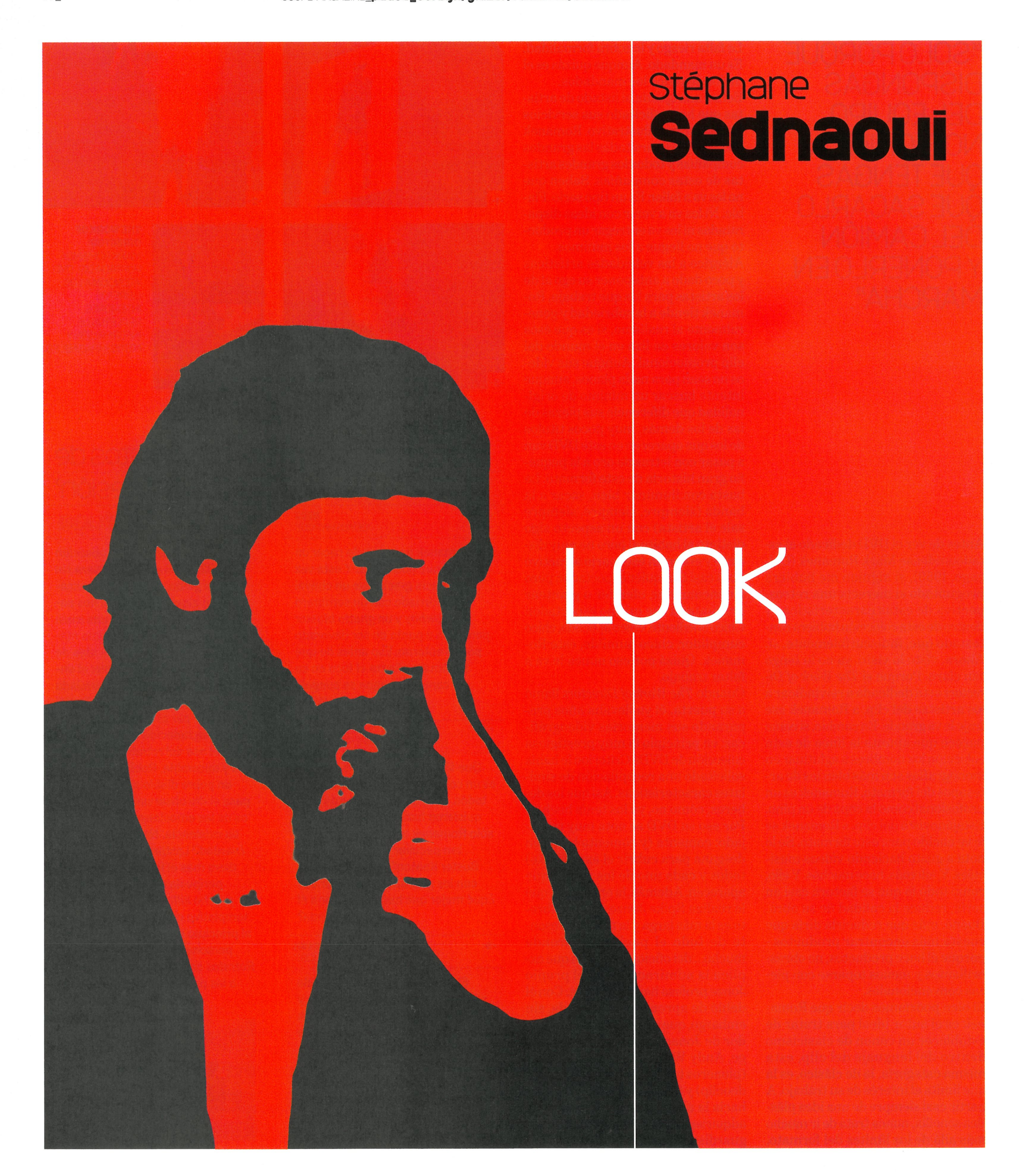
El pasado: viejas imágenes de archivo de Johnny Cash en cine y televisión. El presente: Romanek filmando la última actuación de Cash en vida, sentado y ya muy decrépito frente al piano de su casa. El futuro: Nashville, sus estudios de grabación, sus museos del country, sin Cash. El hombre de negro se ha ido.

'Retratos de una obsesión'

→ **la fuga**

Aunque *Retratos de una obsesión* (2002) pasó por la cartelera sin pena ni gloria, vale la pena rescatarla (de alquiler, tampoco nos pasemos) en DVD. No es una mala película. Tampoco es ninguna maravilla. Pero nace de una idea de fondo bastante ocurrente: el encargado de un negocio de revelado de fotos se obceca con una cliente. Más que por el asa del thriller, es más agradecido coger este film por el asa del retrato de una vida gris y miserable. Robin Williams es un pobre diablo sin vida que se pasa el día observando sucedáneos de las emociones que faltan en su existencia. No está nada mal, ¿verdad? Lástima que al final pudiera más el tono histérico de la peripecia de este candidato a *psycho killer* que el tempo contemplativo que Romanek se toma al principio del film para presentar personajes y situación. Así que *Retratos de una obsesión* se queda a las puertas de la gran película que habría podido ser.




Stéphane
Sednaoui
LOOK

"A VECES ESTÁ BIEN ENSEÑAR LOS INSTRUMENTOS, GUITARRAS, BATERÍAS, DE UNA MANERA ABSTRACTA, QUE NO PAREZCA QUE LA BANDA ESTÁ EN UN ESCENARIO".

Bueno, a estas alturas ya puedo confesarlo: el título de este artículo es un farol. No tengo un póquer de ases. Si acaso, tengo un trío. O quizás una pareja de ases (Corbijn y Glazer), una figura (Romanek) y una carta que no me liga con nada (Sednaoui). O puede que sea una pareja de figuras (Corbijn y Romanek) y un as (Glazer). Sea como sea, de Stéphane Sednaoui me puedo descartar sin remordimiento alguno. ¿Es entonces un mal director de clips este parisiense afincado en Nueva York? Hombre, no sé si me atrevería a decir tanto. Lo que sí tengo claro es que está a años luz de los otros tres. Y no digamos ya de otros talentos genuinos de este lenguaje. ¿Por qué? Pues porque sus videoclips son la excusa perfecta para que el adjetivo "videoclipero" se siga utilizando de forma peyorativa; porque sus clips tienen muy poco que ver con la creación y mucho con la promoción; porque si alguien pretende hacer una caricatura paródica de un clip, Sednaoui es un referente ideal; porque mientras se siga dando validez a piezas como las suyas se va a seguir negando el interés audiovisual de este formato considerándolo un lenguaje menor. En fin, por muchas y muy variadas razones, pero, principalmente, por una en concreto: porque por mucho que nos hayan vendido que Jonze, Cunningham y Gondry (especialmente este último) están detrás de la selección de los directores a incluir en esta colección, Sednaoui se les ha impuesto en detrimento de su primera opción, que eran el a todas luces más defendible colectivo Shynola.

¿Qué pinta por tanto Stéphane Sednaoui en *The Work of Directors*? Bueno, pues digamos que los artistas para los que ha trabajado son la plana mayor del *mainstream* pop-rock. Y eso vende. Dirija los clips Sednaoui o Santiago Segura.

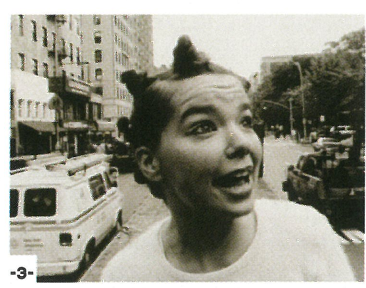
Operaciones de maquillaje de la realidad, de sofisticación de nuevos ricos, los clips de Sednaoui son artificios de lujo. Su factura, para qué negarlo, es excepcional. El problema es que no dice nada. Imágenes brillantes sin mirada alguna detrás. "La imagen cero", que diría Ramón Lluís Bande: la sustituyes por cualquier otra (igual de "bonita", eso sí, e igual de vacía de significado) y no afecta al total.

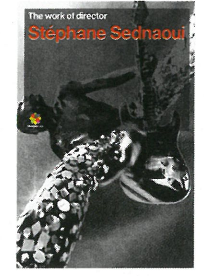
Como incluso de los artistas mediocres siempre se puede salvar alguna cosa positiva, del DVD de Sednaoui, si lo vemos con buenos ojos, también se puede rascar algo. Se maneja con elegancia como retratista: el clip de *Seven Seconds* para Neneh Cherry y Youssou N'Dour funciona como una muy competente estilización del rostro humano. Y en sus clips para Mirwais o incluso en sus clips para Tricky, Sednaoui manipula con gracia los contornos del cuerpo humano. Es atractivo, pero inofensivo. Le falta intención. Resulta más interesante, en este sentido, esa especie de pieza de vídeo-danza, *Acqua Natasa*, que se incluye en los extras.

Con fuste de creador de tendencias a la manera de un diseñador de modas (su amigo Jean Paul Gaultier aparece bailándole el agua en los extras), Sednaoui lo fía todo a su instinto como estilista. Y a veces el look que decide darle a un grupo le funciona (con Red Hot Chili Peppers, por ejemplo). Aunque todo parece fruto de caprichos pasajeros ocasionalmente afortunados (al menos eso se deduce de la "clase magistral" que se incluye en el DVD). Así que para cualquier discográfica, la opción Sednaoui debe de parecerles una opción totalmente justificada: es chillón, es divertido, es frívolo, es moderno (concretamente: un moderno, con toda la falta de criterio y sustancia que eso conlleva) y saca a los artistas muy guapos en imágenes de "alta calidad multinacional".


-1-


-2-


-3-



THE WORK OF DIRECTOR: STÉPHANE SEDNAOUI PORTADA DEL DVD. MICHAEL STIPE, BJÖRK, BONO Y TRICKY SON ALGUNOS DE LOS ENTREVISTADOS QUE APARECEN EN LOS EXTRAS.

sus mejores vídeos

RED HOT CHILI PEPPERS
'GIVE IT AWAY'

Tiene algo este clip de experiencia con el peyote; de alucinación colectiva. Cuatro tipos en taparrabos y untados en purpurina se convulsionan en pleno desierto para invocar a no sé qué espíritus (¿el de Bob Marley?). Si la diana era cambiar y amplificar la imagen extravagante de RHCP, Sednaoui dio en todo el centro.

ALANIS MORISSETTE
'IRONIC'

Hay tres Alanis. Y todas van en el mismo coche. Una es una gritona que se comporta como un hijo malcriado. Otra, una niña fifí con coletas. Y la tercera, una persona equilibrada lucida y serena que, claro, conduce. Dobles y triples de una misma cantante (un truco muy Gondry) para el clip de aspecto más cinematográfico de Sednaoui.

BJÖRK
'BIG TIME SENSUALITY'

En principio, este clip debería haber sido un montaje de mucha gente bailando en un tráiler descubierto que avanza por Manhattan. Pero cuando grabaron a Björk, era tanto el magnetismo de su baile y su estampa que se quedó sola. Revisión del modelo *Get Back* de The Beatles (el artista interpretando la canción ante la gran ciudad) en clave dance.

'Walk on the Wild Side'

→ **la fuga**

Pocas excursiones más allá del cercado del videoclip ha hecho Stéphane Sednaoui. Tampoco es probable que sirva para más que eso. En este DVD se incluyen *storyboards*, dibujitos, animaciones y algunas de sus experiencias como realizador de cortometrajes, por llamarlos de alguna manera. Como gracia, incluye el primer corto que hizo "para animar a los jóvenes creadores y que vean que todos empezamos haciendo malos trabajos". Cierto, el corto es horroroso. Más presentable es su corto *Walk on the Wild Side* a propósito del mítico tema de Lou Reed. Ciñéndose a la letra de la canción como guión y colando planos de un sosias de Reed paseando por el Bowery de Nueva York, Sednaoui consigue dar con su clip más narrativo. Se podría ser menos redundante (el corto sigue la letra de la canción de pe a pa), pero no deja de ser curiosa esta iniciativa de recuperar viejos *oldies* sin clip para ponerles imágenes.





JAVIER REBOLLO: IMÁGENES SOÑADAS

T: Hilario J. Rodríguez
F: Miguel Ángel Rebollo

Quien pretenda fijar la filmografía de Javier Rebollo (Madrid, 1969) consultando alguna base de datos en Internet no lo tendrá nada fácil. En la mayoría de los casos se proporciona información bastante confusa. Muchas veces se mezclan títulos como *En medio de ninguna parte* (1997) y *Marujas asesinas* (2001), que fueron realizados por personas diferentes. Hay fechas que no se corresponden con la realidad y también se pueden ver fotografías con un rostro que no es el suyo. Lo que sucede es que existen dos cineastas con el mismo nombre. Yo a quien me refiero en estas líneas y en la entrevista que viene a continuación es a quien dirigió el corto *En medio de ninguna parte* y ahora está a punto de comenzar *Lo que sé de Lola*, su primer largometraje. Con apenas cuatro cortos de ficción y siete documentales, ya es un verdadero clásico en los festivales peninsulares e incluso en algunos internacionales. Además de haber ganado los premios más prestigiosos a los que puede aspirar un cortometrajista, en Documenta Madrid y en el Festival de Cine Mediterráneo de Montpellier han dedicado sendas retrospectivas a su obra.

Para Javier Rebollo no hay géneros menores. Tampoco cree que se deba bajar la guardia cuando se realiza un cortometraje. Por eso no le importa dedicar varios años a un trabajo que cualquier otro director habría solucionado en unas pocas semanas. Los resultados, sin embargo, le dan la razón. Nadie podría confundir *El equipaje abierto* (1999) o *En camas separadas* (2002) con los cientos de cortometrajes prescindibles que se ruedan anualmente. Cada uno de los aspectos de su puesta en escena los hace únicos, además de su particular indagación en aquello que, sin estar presente en el encuadre, queda sugerido a través de una sabia dosificación de elementos decorativos y dramáticos. Su estilo, de hecho, cabe definirlo como esencialista. Y una parte de ese estilo, depurado y denso al mismo tiempo, se debe a la guionista Lola Mayo, que está detrás de casi todos los trabajos de Javier Rebollo.

Robert Bresson aseguraba en sus *Notas sobre el cinematógrafo* que “el porvenir del cinematógrafo está en una raza nueva de jóvenes solitarios que rodarán invirtiendo hasta su último céntimo y sin dejarse engañar por las rutinas materiales del oficio”; no se me ocurre una descripción mejor para Javier Rebollo.

_Estás a punto de comenzar el rodaje de *Lo que sé de Lola*, tu primer largometraje. A quienes te conocemos nos parece el final de un largo viaje.

_Al menos será el final de una importante etapa de mi vida. *Lo que sé de Lola* es un proyecto muy antiguo, para el que necesitaba prepararme de forma concienzuda. No podría haberlo hecho cuando lo concebí, porque entonces sólo sentía las emociones, aún no había comenzado a darles forma, a pulirlas. Creo que para rodar bien hay que pensar mucho; por eso no me importó dedicar los últimos años a hacer otras cosas mientras iba cincelando mi estilo y de paso la propia película, que ha sufrido toda clase de mutaciones en el guión y en mi cabeza.

"HAY DOS TIPOS DE DIRECTORES: LOS QUE INTENTAN MOSTRAR EL MUNDO QUE LES HA TOCADO VIVIR Y LOS QUE MUESTRAN SU PROPIO MUNDO".

_Ahora tienes la presión añadida de trabajar en régimen de coproducción.
_El dinero siempre quiere tener la última palabra, pero a veces hay que marcarle límites. Uno no puede aceptar lo inaceptable; todo el mundo ha de ceder. Yo hago muchísimas concesiones al rodar para 'Documentos TV' o 'Treinta minutos', y del mismo modo los responsables de esos programas me permiten imponer mi sistema de trabajo. Hay una especie de relación de reciprocidad. A mí me hacen falta sus medios y su dinero; a ellos les hace falta mi mirada.

_Los presupuestos, a medida que aumentan, van deshumanizando progresivamente la mirada.
_Bastantes películas norteamericanas de gran presupuesto son el resultado de una iniciativa industrial. Se invierten tantos millones en desarrollar una historia que nunca puede haber una sola persona sobre la que recaigan todas las responsabilidades. Ni siquiera hay alguien que tenga las cosas claras sobre el proyecto de principio a fin; interviene gente distinta en las diferentes fases que introduce cambios constantes. Lo malo es que cada uno quiere añadir nuevas ideas en lugar de profundizar en la que dio origen al proyecto, y eso hace que se aborden mil cuestiones de forma superficial y ninguna con seriedad.

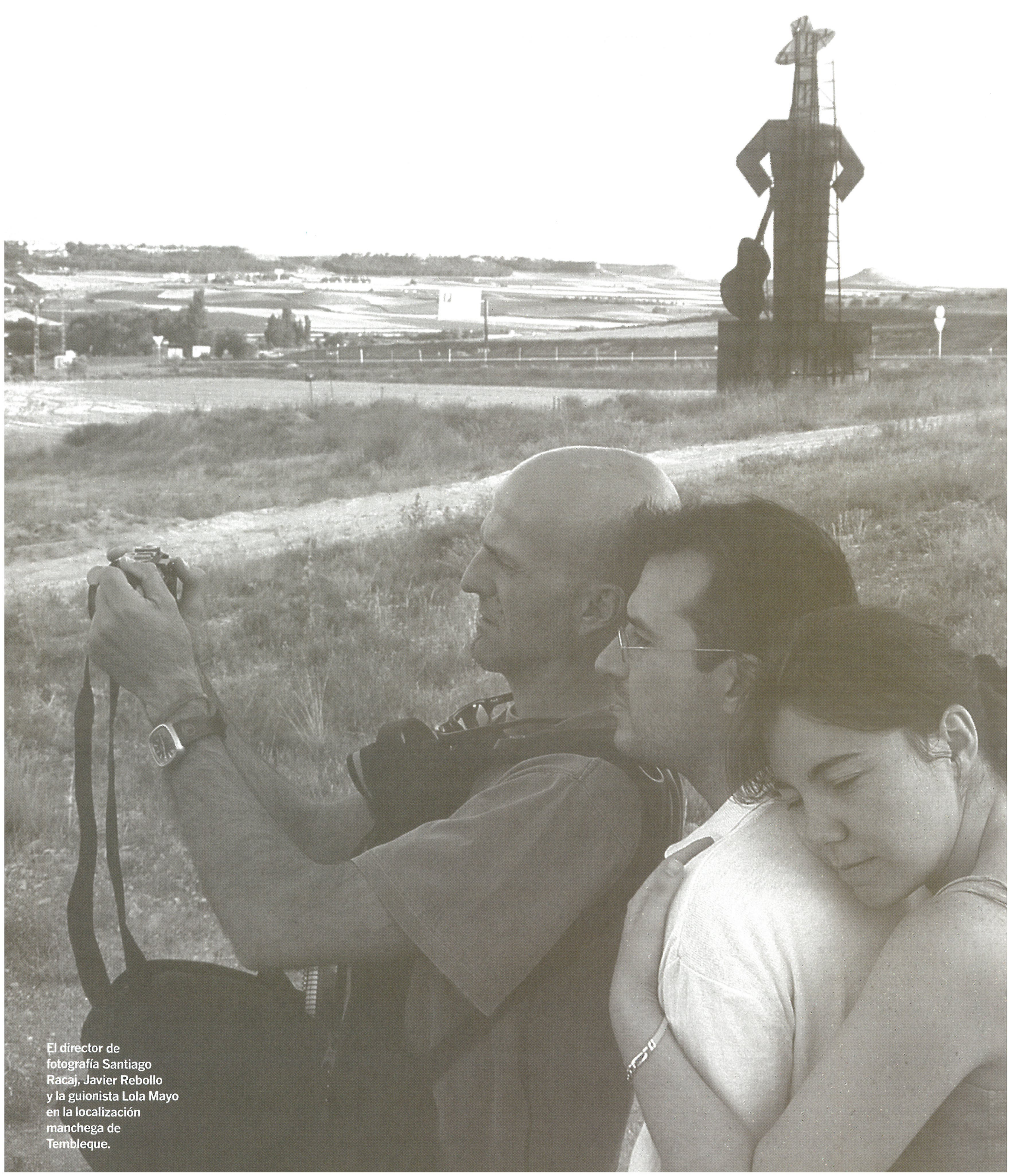
_Tú cuentas con capital francés y español para hacer *Lo que sé de Lola.*
_La mayor parte de la película está ambientada en París y el personaje principal es francés, así que, hasta cierto punto, resulta lógico que una productora gala como Lazennec Productions sea la que invierte más dinero. También contábamos con dinero belga, hasta que Olivier Gourmet abandonó el proyecto para rodar otra película que le interesaba más.

_Y vuestra productora, Lolita Films, se hace cargo de toda la financiación española.
_Bueno, aquí es necesario hacer una precisión, porque hay una tercera parte en la coproducción. También hay dinero valenciano, a través de la productora Malvarrosa Media.

_Resulta llamativa la denominación de origen del dinero.
_Ha sido consciente. Quería dejar claro que, aunque al final no fue preciso que la sangre llegase al río, hubo muchos problemas cuando Malvarrosa Media sugirió que la película acabase en algún lugar de Valencia y no de Castilla-La Mancha, y muy especialmente cuando quiso imponerme técnicos valencianos en lugar de mi equipo habitual.

_Me parece triste que el dinero a menudo quiera apoyar un tipo de identidad institucional en detrimento de la identidad individual.
_Estoy de acuerdo. Con planteamientos así se produce un tipo de cultura muy gris, cateta y homogénea.

_Antes de rodar *Lo que sé de Lola*, haces tres bocetos de la película. En 1997 trabajas por primera vez con la actriz Lola Dueñas, durante el rodaje de *En medio de ninguna parte*; en 1999 de nuevo estáis juntos, esta vez en *El equipaje abierto*, donde recreas una historia muy similar a la del largometraje



El director de fotografía Santiago Racaj, Javier Rebollo y la guionista Lola Mayo en la localización manchega de Tembleque.

que estás a punto de realizar ahora; y en 2003 perfilas con ella el estilo que vas a darle a *Lo que sé de Lola*.

_Es una manera de ver las cosas. Lo cierto es que si no hubiese conocido a esa actriz quizá no habría pensado en *Lo que sé de Lola*. No sé. Cuando la vi delante de una cámara por primera vez, tuve la sensación de que ambos podíamos hacer un proyecto más ambicioso. Por entonces aún no sabía cuál iba a ser ese proyecto. Luego Lola Mayo y yo encontramos una maleta en la basura, con toda la vida de un hombre dentro. Quisimos devolverla, seguir el rastro de la vida que había en su interior y llegar hasta su dueño, pero pronto nos dimos cuenta de que nadie tira las cosas de una vida (cartas de amor y negocios, diarios donde esta persona consignaba todo en largas listas: el tiempo atmosférico, las enfermedades, los libros que había leído, los campamentos donde estuvo preso o las cosas que dejó su mujer a su muerte; había incluso radiografías, fotos veladas por el tiempo y colecciones de cromos; era como un enorme tesoro que había caído en nuestras manos). Detrás de aquello sólo podía encontrarse un hombre muerto, de ahí que decidiésemos guardar la maleta. Con el tiempo, Lola Mayo escribió un cuento sobre la maleta y con él ganó un premio; ese mismo cuento más tarde lo transformó en una novela. Ella y yo convertimos la novela en un guión para un largometraje y lo presentamos al ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales), donde nos concedieron una beca con cuya dotación vivimos un año. Como todavía no queríamos llevar a cabo ese proyecto, escribimos un nuevo guión, esta vez para un cortometraje, que acabó teniendo muy poco que ver con la novela y mucho con la maleta. Se tituló *El equipaje abierto*, lo rodamos y funcionó bastante bien en festivales de todo el mundo, sobre todo en Francia. En él Lola Dueñas interpreta el papel de una mujer que roba una maleta donde encuentra la vida de un hombre que acaba de morir.

_Sin embargo, ahora vas a rodar *Lo que sé de Lola* sin esa actriz.

_Lola Dueñas ya no es la actriz que yo conocí en 1997; ni siquiera es la misma persona. Antes estaba comenzando su carrera, tenía ganas de aprender; ahora rueda con Alejandro Amenábar y con Pedro Almodóvar y, además, ha ganado un Goya. Por si fuera poco, todos los implicados en el proyecto, menos Lola Dueñas, decidimos rebajar nuestros sueldos un veinte por ciento cuando la productora belga se echó atrás, después de lo de Olivier Gourmet, porque entonces la película tuvo que recortar su presupuesto muchísimo.

_Calculo que nunca dejarás de tener la versión inicial en la cabeza.

_Si alguien pudiera asomarse a mi cerebro, vería esa película proyectada. De cualquier modo, me considero afortunado porque voy a poder rodar con otra gente y eso me obligará a posicionarme ante el proyecto como si aún no supiese cosas sobre él, así que tendré que dejarme sorprender. Lo que he perdido en obsesión lo he ganado en ilusión.

_Habrá dos películas.

_En efecto.

_Se me ocurren pocos sustitutos posibles para tus actores iniciales.

_Creo que el papel de Lola va a ser para Nathalie Poza, una actriz impresionante que me llamó la atención en *La flaqueza del bolchevique* (2003) y *Malas temporadas* (2005), ambas de Manuel Martín Cuenca; y el papel de León es, definitivamente, para Michaël Abiteboul, en quien reparé gracias a una impagable sugerencia que me hizo Fran Gayo (programador del Festival Internacional de Cine de Gijón).

_Desde un punto de vista narrativo, se puede decir que la historia trata sobre un espectador francés que está viendo una película española.

_O sobre un director de cine que observa a una actriz.

_Las relaciones entre personajes que no se conocen es una constante en tus trabajos de ficción. A veces hay vivos y muertos, a veces hay adultos y niños a quienes separa la distancia, a veces está la línea que divide la verdad y la mentira... En *Lo que sé de Lola* hay, además de un tabique, una distancia que nos recuerda en todo momento el abismo que puede separar a un ser humano de un personaje.

_Aunque todo lo que hace, dice y piensa Lola pueda ser trivial, para León, que es quien la observa en secreto, tiene un significado especial, oculto, que nadie más es capaz de entender. Quizás ella sea un símbolo de algo que jamás tuvo y que siempre deseó; quizá sea un símbolo de algo que tuvo y perdió. También es posible que, después de la muerte de su madre, León se haya dado cuenta de lo solo que ha estado durante toda su vida. En cualquier caso, Lola le sirve a él para frenar el paso del tiempo; es decir, le sirve para olvidar la conciencia de su soledad. La vida de los otros nos sirve para frenar nuestra propia vida.



_Un espectador se coloca por lo general más allá del tiempo.

_Es posible. Desde luego, el paso del tiempo es lo que más me interesa en la vida y en el cine. Quiero imponer un ritmo muy preciso en el plano y en la narración, más lento y contemplativo, para que de esa manera se note cómo fluyen los segundos y los minutos.

_Esa concepción fílmica te habrá dado muchos quebraderos de cabeza cuando ruedas documentales para cadenas de televisión.

_La palabra documental es demasiado amplia. Contiene demasiadas cosas y a la vez se ha ido vaciando de contenido. A mí me interesa el documental por lo que tiene de cine; me dan igual el periodismo, la antropología o los animales en la selva si no hay cine; eso me ha obligado a librar innumerables batallas en los despachos de directivos de programas para los que he trabajado. Fíjate en las películas de Javier Rioyo, por ejemplo: la mayoría no contienen cine y sí periodismo e Historia (por encima son feas).

_No existe contenido sin una forma que lo defina.

_Creo que no hay grandes temas en el cine. Estoy firmemente convencido de que la belleza no reside en el argumento sino en la transformación que sufre por medio del estilo. No me importa declararme partidario de la forma (sin que se note, en ese imposible equilibrio que han conseguido tantos directores entre la espontaneidad y la elaboración). A mí la realidad sólo me parece un punto de partida. El cine no debe estar al servicio de la realidad, más bien es al contrario. Lo que sucede es que la realidad es un cuarto al que se accede a través de muchas puertas, aunque haya quienes, como Patricio Guzmán, piensen que únicamente hay una. El cine no debe reproducir la realidad, debe interpretarla. Pero esto último hay quienes no lo entienden así; eso explica que haya dos tipos de directores: los que intentan mostrar el mundo que les ha tocado vivir y los que muestran su propio mundo.

"ENCONTRAMOS UNA MALETA EN LA BASURA, CON TODA LA VIDA DE UN HOMBRE DENTRO. DETRÁS DE AQUELLO SÓLO PODÍA ENCONTRARSE UN HOMBRE MUERTO".



CORTOMETRAJES

'En medio de ninguna parte' (1997)
'¡Hola, desconocido!' (1998)
'El equipaje abierto' (1999)
'En camas separadas' (2002)

DOCUMENTALES

'La memoria herida' (1997)
'Cartas al Sáhara' (1999)
'Lejos del manicomio' (2000)
'Gran Sol: Al final de la marea' (2001)
'Sin techo' (2001)
'A través del cristal' (2003)
'En el hospital' (2004)

SONY

Todo en 1

La nueva Cyber-Shot T7 de Sony no es una cámara de foto digital más. Es la cámara más revolucionaria de los últimos tiempos. Con menos de 1 cm de grosor*, tiene todo lo que necesitas. El procesador ultrarápido Real Imaging con el que podrás hacer la foto en el instante que tú decidas. Lente Carl Zeiss y 5 Megapíxels de resolución que te aseguran una excelente calidad de imagen. Y además, su zoom óptico de 3x y su gran pantalla LCD de 2,5" Clear Photo de alta resolución no dejarán que te pierdas ni el más mínimo detalle. Busques lo que busques, lo has encontrado. La Cyber-Shot T7 lo tiene todo. Y sólo en 1 cm.

1 cm

*en la parte más delgada





Cyber-shot T7

like no other™



Forward

_Ideas_Provocaciones
_Reflexiones

PÁG. 88
A PÁG. 97.

MODA

_¿UNA TIENDA LLENA DE ROPA TE MOTIVA O TE DA SUDORES?

_DEPENDE. HAY TIENDAS HORRIBLES, CON FLUORESCENTES Y NEONES NOCIVOS PARA LA VISTA. TE PONES NERVIOSA Y COMPRAS MONTONES DE COSAS QUE NO NECESITAS Y NO TE PONDRÁS JAMÁS. CUANDO VOY CON ALGUIEN QUE QUIERE ENTRAR, LE ESPERO EN EL CAFÉ DE DELANTE. LUEGO A VECES ME ARREPIENTO CUANDO ME ENSEÑA COSAS MONÍSIMAS.

_¿QUÉ TE TRANSMITE EL MUNDO DE LA MODA Y LAS PASARELAS?

_ME GUSTAN MODELOS COMO GISELE BUNDCHEN, TAN LLENA DE ENERGÍA COMO UN VOLCÁN. PERO EN GENERAL LOS MODELOS SON PERCHAS, SERES INEXISTENTES QUE NO PUEDEN EXPRESAR NADA. LOS PROPIOS DISEÑADORES LO IMPONEN Y ME PARECE TERRIBLE. LA EXTREMA DELGADEZ ME PARECE TAMBIÉN UN ERROR. ES UN MUNDO MUY INJUSTO, HAY MUCHAS ZANCADILLAS Y MUCHA SOLEDAD. ME ESPANTA UN POCO, LA VERDAD. AH, Y ADEMÁS NO ME GUSTA NADA LO QUE ESTÁN HACIENDO CON KATE MOSS, UNA INJUSTICIA TREMENDA.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 98.

F. WWW.LICKERISH.BIZ

Encuadre

Enamorado de un plano

Por Luis Cerveró
REALIZADOR



Hay varios momentos en *El guateque* (*The Party* de Blake Edwards, 1968) en que el color blanco, la luz pura, viene a representar la idea de libertad propia de aquellos años: una libertad entendida como desinhibición, como enfrentamiento frontal a una tradición social cuyos valores y comportamientos estaban quedando obsoletos. Por citar sólo un par de ejemplos, blancos son los zapatos que el personaje interpretado por Peter Sellers lleva a la fiesta y blanca es la espuma que invade la mansión del productor hollywoodiense cuando es tomada por un grupo de jóvenes hippies (los amigos de la hija, estandartes de una nueva generación). Pero donde el empleo alegórico del blanco alcanza un momento sublime, casi protagonista, es en la escena donde Peter Sellers entra en la habitación de Claudine Longet, que interpreta a una pretendiente a actriz acosada por el director, y la anima a liberarse de las presiones (sexuales) de la industria del cine y convertirse en una descastada como él.

El plano con que comienza la secuencia es un prodigio de composición, y toda una lección de lenguaje cinematográfico, por su sutileza, sencillez e inteligencia. Longet está llorando, dando la espalda a una pared blanca con una puerta, también blanca, ubicada justo en el centro del encuadre. La puerta se abre para descubrirnos a un Sellers que se asoma desde el centro de esa gran superficie lisa, y tras una breve duda entra y se coloca de pie junto a una cómoda dorada. La composición resultante, aguantada largamente en montaje para enfatizar su significado, nos deja a los dos personajes enfrentados, ambos algo más allá de los tercios verticales (los tercios son la Biblia, la retícula básica a tener en cuenta para la composición de un plano), con una total ausencia de elementos entre ambos y algunos volúmenes de color a sus espaldas. Los pesos propios del plano están voluntariamente empujando a los protagonistas el uno hacia el otro, o en todo caso hacia la puerta entreabierta, esa puerta blanca por donde efectivamente acabarán saliendo cogidos de la mano al final de la secuencia.

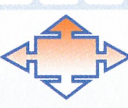


Villar del Río

- ✓ Pequeño pueblo
- ✓ Apacible
- ✓ Pendiente de la actuación de Carmen Vargas
  - ☞ Tonadillera
  - ☞ "La Gran Estrella Andaluza"
- ✓ Gobernado por un alcalde
  - ☞ Sordo
  - ☞ Pícaro
  - ☞ Bonachón



2



Sinergía de eventos

- ❖ Se recibe la noticia de que una delegación del Plan Marshall llegará a España
  - ✓ Los yanquis visitan pueblo por pueblo
  - ✓ Segmento homogéneo de visitantes
- ❖ Objetivo a corto plazo de los de los visitantes
  - ✓ Conocer y disfrutar del paseo
- ❖ Objetivo a mediano y largo plazo de los visitantes
  - ✓ Facilitar la ayuda económica al país.
- ❖ El alcalde convoca un consejo en el Ayuntamiento
  - ✓ Objetivo a corto plazo
    - ☞ decidir lo que se va a hacer
  - ✓ Riesgo: no llegar a ninguna conclusión en concreto.
  - ✓ Resultado: no se llega a ninguna conclusión en concreto



3



Manolo: Key participant

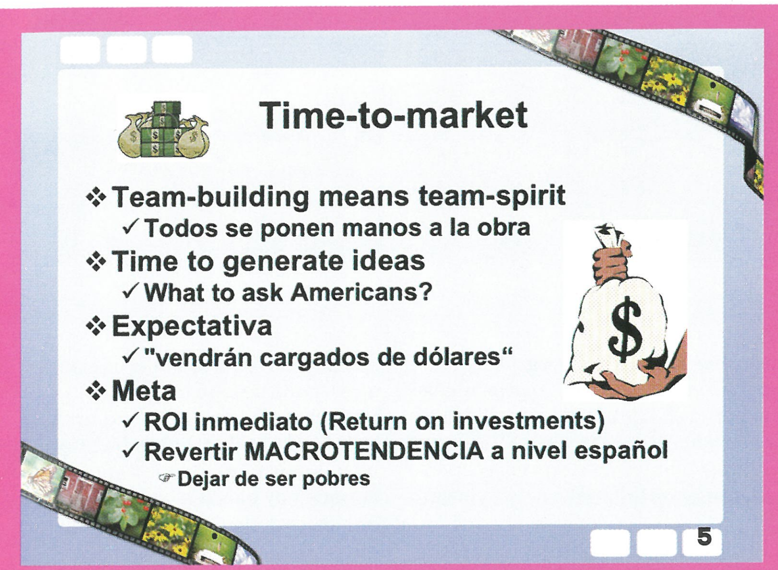
- ❖ Representante de Carmen Vargas
- ❖ Interviene con sorprendentes iniciativas
  The power of great ideas
  - ✓ Moviliza a los habitantes del pueblo
    - ☞ Objetivo a corto plazo
      - ☺ preparar un recibimiento adecuado
- ❖ Gran idea (Unique selling Proposition)
  - ✓ disfrazar a todos los campesinos castellanos de andaluces
  - ✓ ambientar las villa castellana con decorados típicos andaluces.

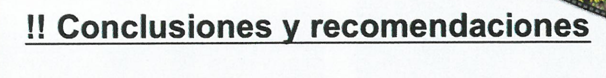
4

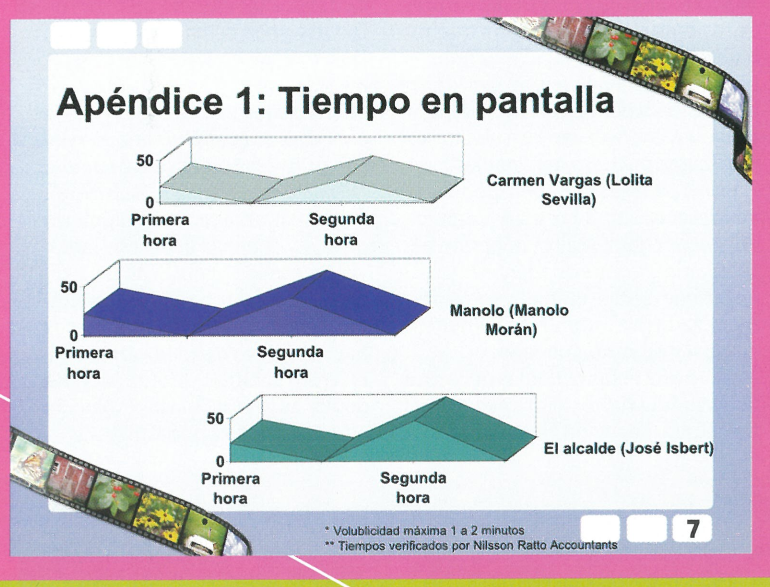
Tecnología

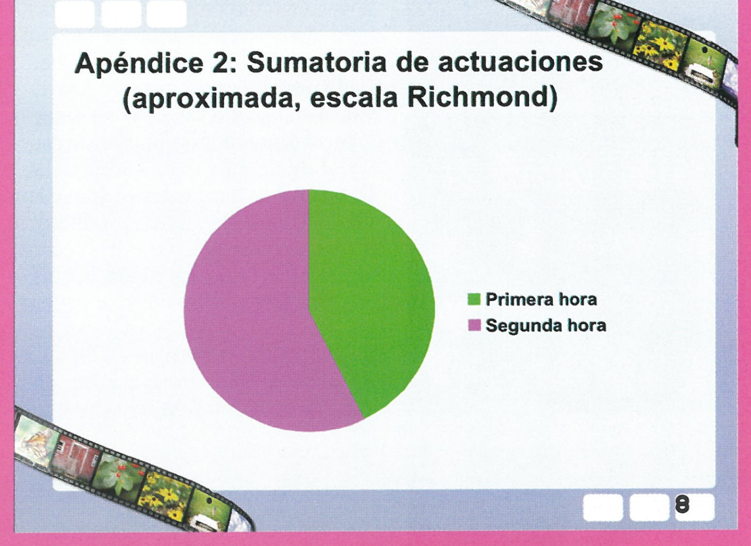
Bienvenido Mr. Powerpoint

Por Ariel Guersenzvaig
ESPECIALISTA EN INTERACCIÓN PERSONA-ORDENADOR, DIRECTOR DE CLARO STUDIO (WWW.CLAROSTUDIO.COM)









El programa Microsoft Power Point (PPT) es el elemento esencial de las presentaciones de directores de empresa, vendedores y conferenciantes varios. Su influencia no se limita a salas de reunión o juntas de accionistas; incluso el ex Secretario de Estado norteamericano Collin Powell lo utilizó ante la ONU para apoyar la invasión de Irak. Hace pocos días, 'El País' *on line* colgó un PPT para ilustrar la cuestión de las vallas separadoras en Melilla. PPT se ha vuelto un medio masivo y ubicuo. El arte de lo breve y simple domina el discurso, el párrafo quedó *démodé*, cada frase es un eslogan, los razonamientos desaparecen, sólo cuenta el botón de avanzar página. Aparecido en 1987 y originariamente sólo en versión Mac, PPT suplantó a las transparencias y a las diapositivas. Gracias a sus plantillas e ilustraciones, eliminó la necesidad de contratar diseñadores para realizar presentaciones. PPT dio voz e imagen a ejecutivos y gurús del *management*; según Microsoft, el programa está instalado en 400 millones de ordenadores y por día se crean 30 millones de presentaciones. Donde antes había conversaciones, ahora hay monólogos. El debate acerca de los efectos culturales y el lenguaje de PPT no tiene un claro ganador. El diseñador de información Edward Tufte afirma que PPT sólo presenta datos mutilados, imposibilita la comprensión y obliga al pensamiento lineal. El psicólogo del diseño Donald Norman sostiene que es correcto que PPT contenga unos pocos puntos esenciales, ya que los seres humanos no podemos absorber mucha información de modo auditivo. Para Norman, la culpa de las malas presentaciones no es de PPT, sino de los malos presentadores. Lo que nadie discute es la aparición de un nuevo lenguaje, construido por burócratas, donde todo se convierte en un discurso de venta.



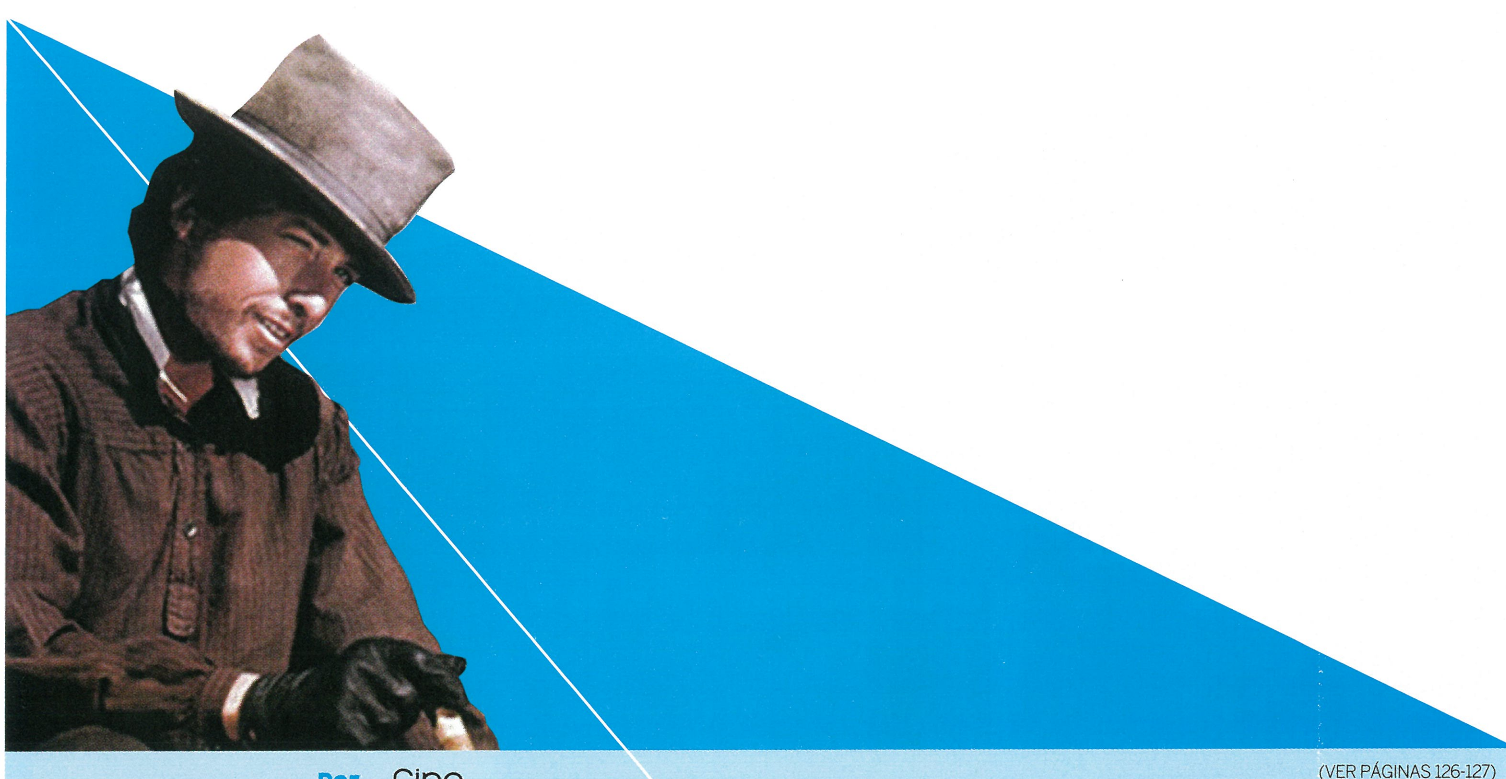



Cine
Una revolución perezosa

Por Andrés Hispano
PERIODISTA, PINTOR, COMISARIO ARTÍSTICO Y TELEVISIVO



■■■ Una amiga que ha viajado por la India me ha traído unas películas *amateurs*, grabadas en DV y montadas en PC, en las que se involucran aficionados y gente de la calle para crear alternativas locales a las fantasías bollywoodienses. El resultado es, lógicamente, risible, aunque juraría que sus autores son conscientes de ello y se divierten también con sus chapuzas. Pero lo más interesante es cómo mi amiga ha obtenido esas películas. Cada dos semanas, me contó, se levanta en las afueras de Dheli un gigantesco mercado de apariencia caótica aunque sujeto a una precisa disposición. Las paradas se ordenan en función del origen de los productos; diversas regiones están así representadas a través de sus ropas, hortalizas, productos artesanos... y películas.
La gente, por lo visto, no se limita a comprar películas de su lugar de origen; saben que las de otros pueblos son mejores en sus coreografías, guiones, escenas de acción o presupuesto para FX. Las películas se distribuyen en uno o dos discos CD-Vídeo, en fundas blandas con sus correspondientes carátulas en colores vibrantes.
El regalo, o el descubrimiento de este mercado alternativo, me obligó a preguntarme dos cosas: ¿por qué no había algo similar aquí? y ¿cómo es posible que cuando por fin oigo de un sistema independiente, hijo de la generación DV, éste aspire a clonar los productos más convencionales?
A priori parece lógico pensar que las *handycams*, sumadas a los sistemas de edición domésticos, deberían estimular la escena emergente, haciendo posible un cine que se suponía obstaculizado por un aparato tecnológico caro y difícil de manejar.
No sólo eso; estas películas deberían generar una red de distribución e intercambio capaz de esquivar la sala de cine convencional. Pero nada, o casi nada de esto ha pasado.
La poca gente que conozco que se ha editado un DVD no sabe muy bien dónde ponerlo a la venta. Y aunque hay cierta efervescencia de locales donde proyectar "cosas otras", éstos aún no ejercen de estantería alternativa.
David Lynch se ha pasado al DV. Dice que no vuelve a rodar en celuloide, "*there's no way back*". También dice que lo mejor del DV es la cantidad de posibilidades que tienes para transferirlo a película: "*Reminds me of 16mm film textures*". Paradojas aparte, si hay alguien a quien no se pueda acusar de inmovilista, ése es Lynch. Si no tiene dinero para rodar largometrajes, dibuja y graba en microformatos para colgarlo después en la red, un vasto gabinete de curiosidades donde aún no asoma la revolución creativa soñada por tantos.



(VER PÁGINAS 126-127)

Por Rodrigo Fresán
ESCRITOR Y PERIODISTA

Cine

Como un rocker que rueda

El apocalíptico álbum *Love and Theft* de Bob Dylan –aparecido, nada es casual, el 11 de septiembre de 2001– tiene el sonido y la estética de esa extraña película llamada *Anónimos* (Larry Charles, 2003). Y si el disco en cuestión funciona como una especie de *travelogue* a lo largo y ancho de la historia de la música popular americana, entonces la película le pone imágenes a este vagabundeo adaptándolo a la lírica surrealista de esas casi novelas a filmar que son canciones de Dylan. Pensar en *Desolation Row*, *Tangled Up in Blue*, *Isis*, *Brownsville Girl* (donde se evoca a Gregory Peck en *El pistolero* de Henry King, 1950) o *Angelina,* entre muchas otras. De más bien espasmódico recorrido comercial al ser estrenada en 2003 –dirigida por el productor y escritor de la serie *Seinfeld* Larry Charles en base a un bizarro guión firmado por Sergei Petrov y Rene Fontaine, transparentes álter egos de Dylan y Charles–, todavía hoy se discute si *Anónimos* es una obra maestra o una alucinación de celuloide. Es probable que sea ambas cosas. Algo es seguro: no es el primer enigma a resolver y no será el último. Porque a Dylan le obsesionó el cine desde que, apenas un niño, se hizo adicto al celuloide saltando de una película a otra en los cuatro cines que tenía su tío en Duluth, Minnesota. Y no olvidar que ya muy al principio, en los acústicos años sesenta, a alguien se le ocurrió filmar la novela *El guardián entre el centeno* con nuestro héroe en el rol de Holden Caulfield y, claro, Salinger dijo no.

Recapitulemos: por un lado están esos rockumentales nunca superados –donde Dylan hace de Dylan– que son *Dont Look Back* (1967, de D. A. Pennebaker); *Eat the Document* (1971, de Howard Alk y Dylan; se consigue un buen DVD pirata que incluye los más de veinte minutos de Dylan compartiendo taxi con John Lennon); la desprolija *Bob Dylan World Tour 1966: The Home Movies* (2002, compaginación de rollos de súper 8 filmados por el baterista Mickey Jones) y ahora, por supuesto, *No Direction Home* de Martin Scorsese. Añadir los segmentos que le corresponden en *Concierto para Bangla-Desh* (1972, de Saul Swimmer) y *El último vals* (1978, otra vez Scorsese). Sumarle a esto un puñado de videoclips casi siempre poco afortunados (con la excepción de los dedicados a *Series of Dreams*, *Blood in My Eyes* y a su oscarizada *Things Have Changed* para *Jóvenes prodigiosos,* 2000, de Curtis Hanson), el concierto para la NBC *Hard Rain* (1976) y apariciones que van de lo sublime a lo desconcertante en *night-shows* televisivos, entregas de Grammys, teletones y el *cameo* tan inspirado como inesperado en la *sitcom* hippie-yuppie *Dharma & Greg*.

Pero lo verdaderamente interesante es el Dylan "actor". En 1973, Dylan fue el misterioso Alias en *Pat Garret y Billy The Kid* de Sam Peckinpah (antológica su escena leyendo etiquetas de latas de frijoles) para la que compuso *Knockin' on Heaven's Door*. En 1977 fue Renaldo en su tan enervante como hipnótico docudrama de tres horas y media *Renaldo y Clara* (construido en base a escenas *live* de la Rolling Thunder Revue y viñetas improvisadas durante la gira). En 1987 fue el *rock-star* retirado Billy Parker en *Corazones de fuego* de Richard Marquand (impagables las escenas en que se zambulle vestido en la laguna, pelea con Rupert Everett y les canta *A Couple More Years* a las gallinas de su ruinoso rancho). Y en 1989, en la malograda *Camino de retorno* de Dennis Hopper, aparece por menos de un minuto como un artista que se dedica a esculpir con la ayuda de una motosierra. Ninguna de ellas –con la excepción de la de Peckinpah— es una película memorable; pero de algún modo todas se han ganado su lugar gracias al por lo menos poco ortodoxo método actoral de Bob Dylan. El adjetivo más recurrido a la hora de definir lo que ha hecho Dylan frente a las cámaras –consultar el libro *Like a Bullet of Light: The Films of Bob Dylan*, de C.P. Leees, siempre, chaplinesco. Y algo de verdad hay en esto: el modo en que camina y mueve su boca sin decir palabra y poniendo nerviosos a todos –contemplar las reacciones del estelar reparto de *Anónimos*– cada vez que entra en escena para hacer o deshacer lo suyo.

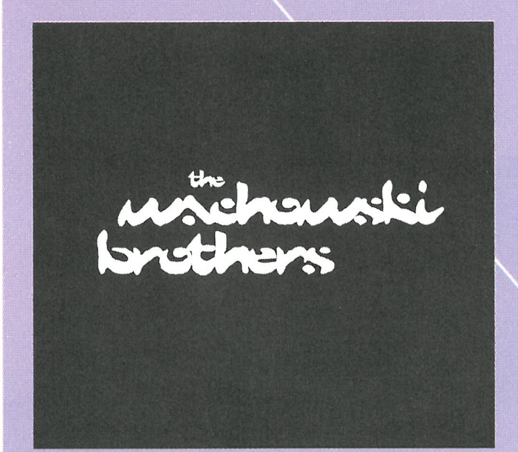
Y atención: estrenado el documental de Martin Scorsese, Todd Haynes se apresta a iniciar el rodaje de"una especie de biografía" con el título de *I'm Not There: Suppositions on a Film Concerning Dylan* donde la figura del cantautor será interpretada por varios actores, uno de ellos mujer y negra. Dicen que a Dylan le encantó la idea. Por lo que no se descarta que aparezca allí, por fin, quién sabe, en un breve papel haciendo de fan de Dylan.

Del Dylan actor, claro.

Por Nacho Antolín
DISEÑADOR GRÁFICO
DE LA REVISTA 'ROCKDELUX'

Diseño

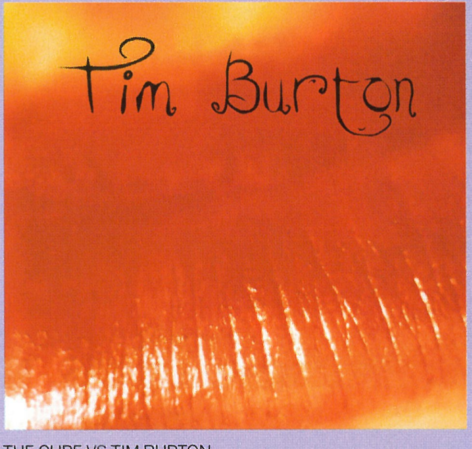
¿Y si los directores de cine fueran estrellas de rock?



THE CHEMICAL BROTHERS VS WACHOWSKI BROTHERS



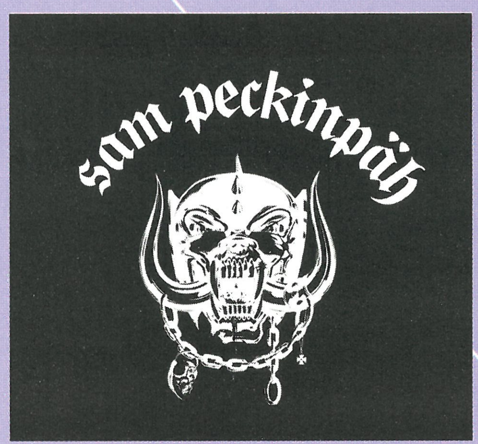
IRON MAIDEN VS PETER JACKSON



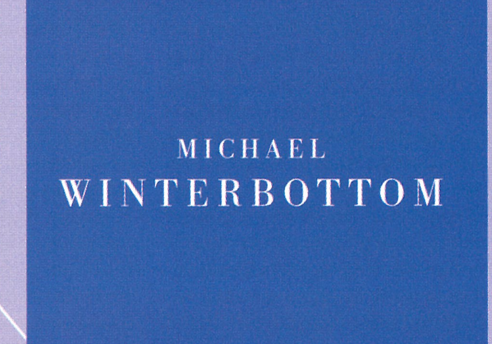
THE CURE VS TIM BURTON



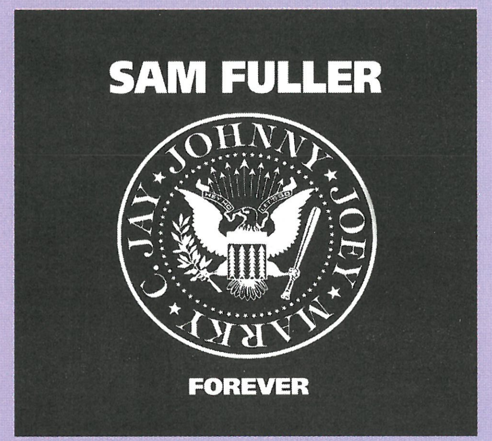
THE SEX PISTOLS VS LARS VON TRIER



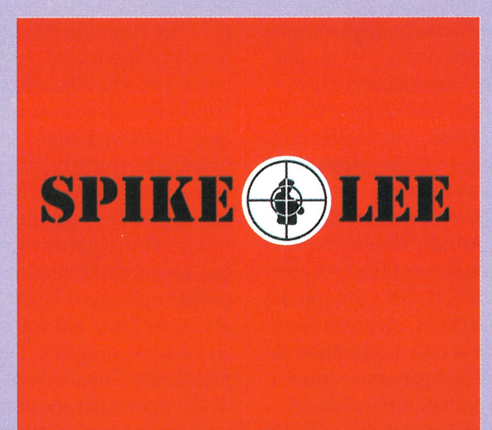
MOTÖRHEAD VS SAM PECKINPÄH



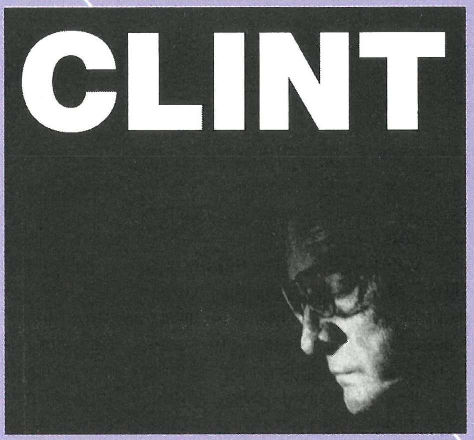
NEW ORDER VS MICHAEL WINTERBOTTOM



RAMONES VS SAM FULLER



PUBLIC ENEMY VS SPIKE LEE

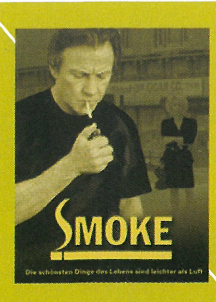


JOHNNY CASH VS CLINT EASTWOOD

DVD

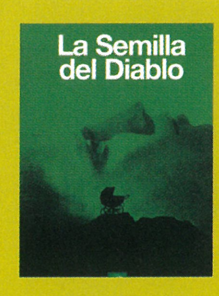
Mi día televisivo ideal

Por Javer Abio
COFUNDADOR DEL ESTUDIO CREATIVO IPSUM PLANET, CO-DIRECTOR DE LA REVISTA 'NEO2'



SMOKE. WAYNE WANG. ESTADOS UNIDOS, 1994.

Cuando salí de ver esta película, recuerdo que me pareció totalmente diferente a todo lo que había visto hasta ese momento en el cine. No recuerdo prácticamente nada del argumento. Pero si de algo no me he olvidado es de una de esas típicas pequeñas historias que Auster suele meter en sus tramas. Resumiéndola mucho era algo así: un explorador muere congelado en una montaña; muchísimos años después, su hijo hace la misma ruta y encuentra a su padre congelado. Y lo fantástico de la historia es que el padre congelado es mucho más joven que el hijo. Me dejó sin aliento.



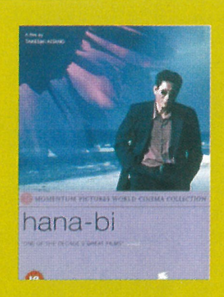
LA SEMILLA DEL DIABLO. ROMAN POLANSKI. ESTADOS UNIDOS, 1968.

Por aquella época, cuando tenía 12 años, había visto pocas películas de miedo. Hoy un chaval con esa edad seguro que se parte de risa viéndola. De todas formas, aquélla era muy diferente a las películas típicas de terror. No había, que yo recuerde, cabezas cortadas en cajones, ni sonido de motosierras ni coches que no arrancan en mitad de un bosque. Seguramente, si hoy volviera a ver esta película me encantaría, pero creo que, más que por la trama, sería por el *look* de los personajes en el Nueva York de los años sesenta.



TERCIOPELO AZUL. DAVID LYNCH. ESTADOS UNIDOS, 1986.

Con esta película David Lynch se convirtió en mi director favorito durante muchos años. ¿Qué es lo que me atrajo tanto de esa cinta? Creo que fue la oreja llena de hormigas en el descampado, la cara de miedo y asco de Laura Dern, el desnudo de Isabella Rossellini o la visión del psicópata, que encarnaba magistralmente Dennis Hopper, a través de las rejillas del armario. También ayudaba la música de Angelo Badalamenti, con esos contrabajos psicobillys, o los movimientos de cámara que te llevaban hacia la oscuridad.



HANA-BI. FLORES DE FUEGO. TAKESHI KITANO. JAPÓN, 1997.

Con esta película descubrí a Takeshi Kitano, para mí totalmente desconocido hasta entonces. Me quedé encantado con la mezcla que hace de estilos: un tipo de cine de acción, violencia y trepidante con otro tipo más profundo, poético y lento. Dicho así, si te lo describe alguien, parece que es una amalgama intragable. Pero no. No sabría explicar cómo lo hace, pero la cuestión es que el resultado es estremecedor. Yakuzas, policías, una esposa enferma, un compañero en silla de ruedas, una playa y un Takeshi Kitano que ya, en esta etapa, sólo habla con monosílabos y sin gesticular.







EL EQUIPO DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN 'LA HORA CHANANTE' DE PARAMOUNT COMEDY Y EL CARTEL PROMOCIONAL DE LA NUEVA VERSIÓN DE LA SERIE 'BATTLESTAR GALACTICA'.



'EVERYBODY HATES CHRIS', UNA PARODIA DE LA SERIE 'EVERYBODY LOVES RAYMOND' IDEADA POR EL HUMORISTA CHRIS ROCK.

Televisión

Televisión peer-to-peer

Por Ignacio Escolar

PERIODISTA, RESPONSABLE DEL BLOG ESCOLAR.NET (HTTP://ESCOLAR.NET)

Era una simple cuestión de ancho de banda. Ayer fue la música, hoy le toca al cine y a la televisión. Un ordenador, una conexión en condiciones y programas como eMule o BitTorrent son la puerta de entrada al mayor videoclub que vieron los tiempos. Las descargas se cuentan por millones y, curiosamente, la televisión tiene casi más demanda que el propio cine. ¿Cuál es tu serie favorita? Desde el *Enano Rojo* hasta *Los Caballeros del Zodiaco,* desde *Canción triste de Hill Street* a *Verano azul*. No hace falta esperar a la enésima reposición. Sea cual sea tu nostalgia televisiva, está en Internet. Ni siquiera hay que esperar al *revival*. Hoy, cada capítulo llega a la red apenas unas horas después de que termine su emisión y se distribuye mucho más rápido que antes a través de las redes P2P (*peer to peer*, de igual a igual). Con esta tecnología, la información más buscada es también la más abundante.

El 18 de octubre de 2004, la información más buscada fue el primer capítulo de *Battlestar Galactica*. Ese día, las redes P2P demostraron que, aunque la economía sea la gestión de los recursos escasos, también se puede ganar dinero de la abundancia.

EL ATLÁNTICO YA NO ES LO BASTANTE GRANDE

Battlestar Galactica es una coproducción entre el canal británico SkyOne y el estadounidense SciFi Channel. Esta serie de robots, naves y rayos láser, un *remake* de otra rodada a finales de los setenta, estrenó su primer capítulo el 18 de octubre de 2004 en el Reino Unido. SciFi decidió que esperaría tres meses, hasta enero de 2005, para sacarla en antena, pero los aficionados a la ciencia-ficción en Estados Unidos decidieron que no querían esperar tanto.

Para cuando *Battlestar Galactica* llegó, por fin, a Estados Unidos, ya había decenas de miles de estadounidenses que habían visto los primeros capítulos por medio de la redes P2P. Gracias a ello, la serie fue un éxito absoluto. *Battlestar Galactica* se convirtió desde su primer capítulo en Estados Unidos en el programa más visto de toda la historia de SciFi Channel.

¿Qué había pasado? A juicio de Mark Pesce, un autor e investigador australiano, la clave fue el boca a boca de las redes P2P. "Aunque puede que SciFi Channel perdiese un importante número de telespectadores por culpa de la piratería, parece que esto tuvo también un efecto contrario: la serie es tan buena que las decenas de miles de personas que descargaron los capítulos les dijeron a sus amigos que juzgaran por sí mismos", asegura Pesce.

De hecho, en SciFi Channel aprendieron muy bien la lección. Aunque oficialmente los productores han pedido a los fans que dejen de piratear los capítulos, la cadena lanza constantes guiños a su comunidad de fans, la clave en el éxito de la serie. Desde la web del programa, distribuyeron el episodio piloto gratis y también ofrecen *podcast* –archivos de audio– con los comentarios del director sobre cada capítulo, el típico extra que suele llevar el DVD, sólo que gratis y sin esperar a que salga el DVD.

Tras el éxito de los extras de *Battlestar Galáctica*, otros se han animado a ser generosos con la red. Así lo ha hecho el actor cómico Chris Rock, que ha lanzado el piloto de su nueva serie, *Everybody Hates Chris* a través del servicio de vídeos de Google.

A CUALQUIER HORA, CHANANTE

Pero no hay que irse a Estados Unidos para encontrar ejemplos de cómo el P2P está cambiando la manera de ver y de hacer televisión. En España, el caso más conocido es el del programa de humor 'La Hora Chanante', que se emite en Paramount Comedy a través del cable y del satélite. "Estoy seguro de que el 80% de nuestro público no lo ve en emisión: se lo graba de internet o se lo pasa un amigo", asegura Joaquín Reyes, el responsable de este surrealista programa de humor donde todos los personajes tienen un cerrado acento manchego.

En la red, 'La Hora Chanante' se ha convertido en un programa de culto. Hay que saltar a grandes éxitos de público, como puede ser 'Operación Triunfo', para encontrar un espacio de producción española en televisión con tantas páginas webs de fans. "A mí el P2P, desde luego, no me molesta", asegura Reyes. "Es una forma de que la gente acceda al programa de una forma fácil. Además, te puede parecer bien o mal pero da lo mismo. No lo puedes evitar".

LA TELE A MEDIDA

Como de costumbre, internet va por delante de la industria. Tanto los productores como las cadenas de televisión se limitan a observar el fenómeno sin atreverse a probar nuevos inventos. Tanto en el mundo de la informática como en el del dinero hay una norma que todos cumplen: si funciona, no lo toques. Es lógico: si ganan dinero, ¿para qué cambiar el modelo de negocio? Con la música tuvo que llegar la revolución de Napster para que, por fin, la industria fonográfica se pusiera las pilas y permitiese un sistema de venta de canciones *on line* en condiciones. Las discográficas fueron tan lentas y tan conservadoras que el negocio se lo quedó Apple, un fabricante de ordenadores.

La tecnología hace ya mucho tiempo que permite avanzar hacia una nueva televisión, hacia la programación a la carta: que sea el espectador el que decida a qué hora quiere ver su programa favorito y que lo disfrute a través de internet. ¿Por qué no distribuir una serie de televisión, con anuncios, a través de las redes P2P? De momento, sólo existen tímidos intentos en esa dirección, como la cadena estadounidense para universitarios mtvU, que emite gran parte de su programación en la red desde www.mtvu.com.

Los problemas para desarrollar una televisión así son varios. Por un lado está el modelo publicitario y el *copyright*. Internet es un único lugar sin fronteras y sin zonas del DVD y siempre es más rentable explotar la publicidad de forma local y compartimentada. Para series como *CSI*, por ejemplo, el verdadero negocio empieza cuando la franquicia se vende a otros países. Lo que paga la cadena de televisión que encarga el producto cubre poco más que los costes. A partir de ahí, con el resto de los mercados llegan los grandes beneficios. Por eso no interesa vender derechos para emisión en internet, pues sólo se podría cobrar una vez.

Por otro lado está el precio. La primera tentación que tiene una cadena de televisión cuando se plantea un modelo así es encender el taxímetro y cobrar. Con las películas o con la música, el público está acostumbrado a pagar. Pero la tele siempre ha sido gratis. ¿Lo seguirá siendo en el futuro?



Play

_Actualidad_Tendencias
_Protagonistas

PÁG. 98
A PÁG. 143.

MOTIVACIONES Y LAS REGLAS DEL JUEGO

_¿TE MOTIVARÍA HACER PUBLICIDAD?

_PAGAN UNA PASTA TREMENDA Y ME LO HAN PROPUESTO VARIAS VECES, PERO NUNCA HE ACEPTADO. SI ME PROPUSIERAN ANUNCIAR COSAS BENEFICIOSAS PARA LA GENTE COMO MEDICINA NATURAL O MEJORA DE LA VIDA SEXUAL, PUES QUIZÁ ME LO PENSARÍA. PERO LA MAYORÍA DE LAS VECES NO HAY PRECIO POSIBLE. VIVO EN UNA CASA MUY PEQUEÑA Y MI HIPOTECA NO ES MUY EXAGERADA...

_¿DECIR "NO" ES UN PRIVILEGIO?

_TAL VEZ. ES UNA DE LAS PARTES MÁS DIFÍCILES DE ESTE OFICIO. A VECES HAY QUE DECIR QUE NO A PROYECTOS FANTÁSTICOS, CON ACTORES MARAVILLOSOS Y QUE TE APETECEN MUCHO, PERO PUEDE QUE NO SEA EL MOMENTO DE INTERPRETAR A UN PERSONAJE CON EL QUE NO TIENES NINGÚN VÍNCULO.

_¿EL FÍSICO ENCORSETA O TE HACE LIBRE?

_EL FÍSICO SE CAMBIA. PUEDE AYUDAR O PERJUDICAR, PERO NO DEJA DE SER UN INSTRUMENTO A TU SERVICIO.

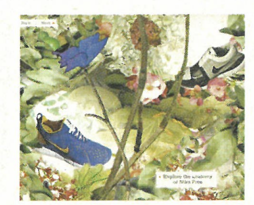
CONTINÚA EN LA PÁGINA 144.

F: WWW.LICKERISH.BIZ

submenu













Conexiones

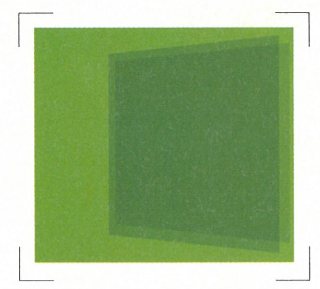
ArtFutura

ArtFutura. Festival de creación digital y nuevos medios

Qué mejor para abrir el primer play de Scope Magazine que ArtFutura, el festival de creatividad digital de referencia en España. Un evento difícil de clasificar, creado y conectado desde varias disciplinas: cine, arte, diseño, música, red, videojuego, arquitectura, ciencia... Un ejemplo perfecto de lo que pretende ser play: un espacio de encuentro de las tendencias audiovisuales más interesantes del momento. ArtFutura, que se ha celebrado del 27 al 30 de octubre simultáneamente en nueve ciudades (Barcelona, Granada, León, Madrid, Murcia, Santa Cruz de Tenerife, Palma de Mallorca, Vigo y Vitoria-Gasteiz) bajo el título "Objetos vivos. Espacios sensibles", es capaz de integrar en una misma filosofía a Bruce Sterling (cultivador de la literatura ciberpunk), Industrial Light & Magic de George Lucas (la mayor empresa del mundo de efectos especiales), el investigador Hiroshi Ishii (padre del concepto Tangible Media) o Tetsuya Mizuguchi (un innovador del diseño de videojuegos). www.artfutura.org

CINE

CINE_
CORTOMETRAJE_
DOCUMENTAL_
ANIMACIÓN_
FLASH_
FICCIÓN TV_



SELECTORES:
-EULÀLIA IGLESIAS
(BARCELONA, 1972)
PERIODISTA.
-RAMÓN AYALA
(BARCELONA,1976)
PERIODISTA.
ArtFutura es cine

ESTRENO. 'TÚ, YO Y TODOS LOS DEMÁS' DE MIRANDA JULY.
WWW.MEANDYOUMOVIE.COM



Miranda July: directora (arriba) y actriz (izquierda) de 'Tú, yo y todos los demás'.

Miranda July
Arty pero menos



Juan Manuel Freire
juanmanuelfreire@yahoo.es

"Me empecé a interesar mucho por mostrar esas cosas difíciles-de-articular, de cierto componente mágico, generalmente efímeras, a través de formas mundanas y terrenales", contaba Miranda July a la revista 'The Believer' para explicar los orígenes de su ópera prima, *Tú, yo y todos los demás (Me and You and Everyone We Know)*, de la que también es protagonista. En el principio, al parecer, fue la epifanía. "Me interesan en general los diferentes modos de acercarme a esa cosa, estas cosas de las que tanto cuesta hablar".

Minimalista, flotante y emotiva a rabiar para quienes logran conectar con su mundo, la película sorpresa de los pasados Sundance (premio especial del jurado por su "originalidad") y Cannes (gran premio de la Semana de la Crítica y Cámara de Oro), captura esos extraños momentos de revelación, de profunda concentración, que nos remueven por dentro y logran que parezcamos menos insignificantes (los mismos que July documenta en su blog: meandyou.typepad.com). Momentos que nadie cuenta porque hoy buscar poesía en las cosas queda mal. De fantasías liberadoras en rosa, soledades compartidas, sexo y amor, sobre todo amor, habla una cinta que reinventa el cine sin pretenderlo.

Artista de *performance*, vídeo-creadora, escritora y ocasional musa de la música indie (cantó para Dub Narcotic Sound System de Calvin Johnson), July ha aprovechado su experiencia en la guerrilla *arty* para componer una obra narrativa original. Su currículo podría asustar, pero en el film los elementos abstractos nunca son pretenciosos. Sirven a la autoparodia (July interpreta a una vídeo-artista) y, sobre todo, a la emoción: véase el momento en que dos zapatos se convierten en tú y yo o ese movimiento del sol al ritmo del tintineo de una moneda. Difícil conmover tanto con tan poco. Buscar otro debut así de grande en el último cine estadounidense es una pérdida de tiempo.

FESTIVAL. L'ALTERNATIVA. FESTIVAL DE CINEMA INDEPENDENT DE BARCELONA.
WWW.ALTERNATIVA.CCCB.ORG


Seidl: 'Jesus, Du weisst' ('Jesus, You Know'), documental sobre católicos prácticantes.


Philibert: 'La moindre des choses'.


Zulueta: 'Un, dos, tres... al escondite inglés'.

Amalgama de visiones


Albert Alcoz
albertalcoz@yahoo.es

L'Alternativa es uno de los festivales con mayor criterio entre la innumerable proliferación de muestras cinematográficas que acapara Barcelona, especialmente en otoño. Bajo la etiqueta de cine independiente se concentran una larga serie de películas (cuatrocientas a proyectar en siete espacios diferentes), repartidas entre secciones oficiales y secciones paralelas. La décimosegunda edición de *L'Alternativa* viene marcada por las retrospectivas dedicadas a tres autores emblemáticos: el francés Nicolas Philibert, el vasco Iván Zulueta y el austríaco Ulrich Seidl.
Philibert obtuvo un gran éxito de crítica y público con ese retrato cándido de los niños de una escuela rural en *Ser y tener* (2002). En Francia ya había alcanzado prestigio con *Le pays des sourds* (1992), un documento ingenioso sobre la sordera, y *La ville Louvre* (1990), un paseo observacional por los entresijos del museo del Louvre, realizado con paciencia y perseverancia entre preparaciones de exposiciones y restauraciones de obras de arte.
Zulueta fue un autor seminal inmerso en una pasión cinematográfica forjada alrededor del súper 8. La culminación de esa brillante etapa de cortos de carácter *amateur* –entre los que destaca *A Mal Gam A* (1976)–, fue *Arrebato* (1980), exponente obsesivo del cine dentro del cine. La exposición de sus polaroids redondea su retrospectiva.
El controvertido Seidl se enzarza por terrenos que transitan entre el documental y la ficción en films punzantes que se preguntan sobre las relaciones entre humanos y animales de compañía (*Tierische Liebe*, 1995), sobre el modus vivendi de personas asentadas en el vacío de la vida moderna (*Hundstage*, 2001) o sobre las conductas de católicos practicantes (*Jesus, Du weisst*, 2003).
De la sección oficial competitiva, dividida en largos, cortos, animaciones y documentales, cabe destacar el corto *Instructions for a Light and Sound Machine* de Peter Tscherkassky; *Svetlonos*, film de animación de Václav Svankmajer; y el documental de David Reznak *La osa mayor menos dos*.

L'ALTERNATIVA. DEL 11 AL 19 DE NOVIEMBRE DEL 2005.

FESTIVAL. SEVILLA.
WWW.FESTIVALDESEVILLA.COM



Chéreau, el hombre del bisturí

María Lavilla
marialavilla1978@hotmail.com

Patrice Chéreau es el cirujano del cine francés. En sus quirófanos particulares, llámense *Los que me aman cogerán el tren* (1998), *Intimidad* (2001) o *Su hermano* (2003), desnuda cuerpos y hunde hasta el fondo el bisturí para exponer sin pudor aquellas partes de la naturaleza humana que no nos confesaríamos ni a nosotros mismos. Sentimientos fuera de la moralidad y sórdidos pensamientos que sólo caben en el sexo y la muerte. Ésta es la sinceridad, que debería escandalizar a todos aquéllos que prefieren la dulce pátina de los sentimientos más superficiales, y no la de la tan comentada felación de *Intimidad*. La primera no la pone en práctica casi nadie, mientras que la segunda... Porque la vida es así, y así la retrata Chéreau. Sin culos firmes ni azúcares y con un naturalismo apabullante que huele al formol de *El árbol de la ciencia*. Una fórmula que, pese a los tópicos de lo que es comercial o no, no le ha ido nada mal.
En 1994 ganó el premio de jurado en Cannes por *La reina Margot*, su película más convencional; en 2001 *Intimidad* se llevó el Oso de Oro del Festival de Berlín y en 2003 *Su hermano* recibió el Oso de Plata. Si alguien quiere probar una cucharadita de amarga realidad, el Sevilla Festival de Cine 100% Europeo, que se celebra del 4 al 12 de noviembre, ofrece una retrospectiva del multidisciplinar realizador (también actor, guionista y director de ópera y teatro), donde se proyectará su último film, *Gabrielle*.
De la sección oficial destacan la francesa *De battre mon coeur s'est arrêté* (Jacques Audiard), la británica *Dead Man's Shoes* (Shane Meadows), la rumana *Moartea domnului Lazarescu* (Cristi Puiu) y la danesa *Manderlay* (Lars von Trier).

SEVILLA FESTIVAL DE CINE 100% EUROPEO
DEL 4 AL 12 DE NOVIEMBRE.

ESTRENO. 'JAPÓN' Y 'BATALLA EN EL CIELO'.

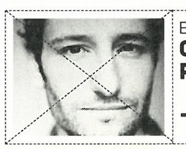

Los paisajes rurales de 'Japón'.

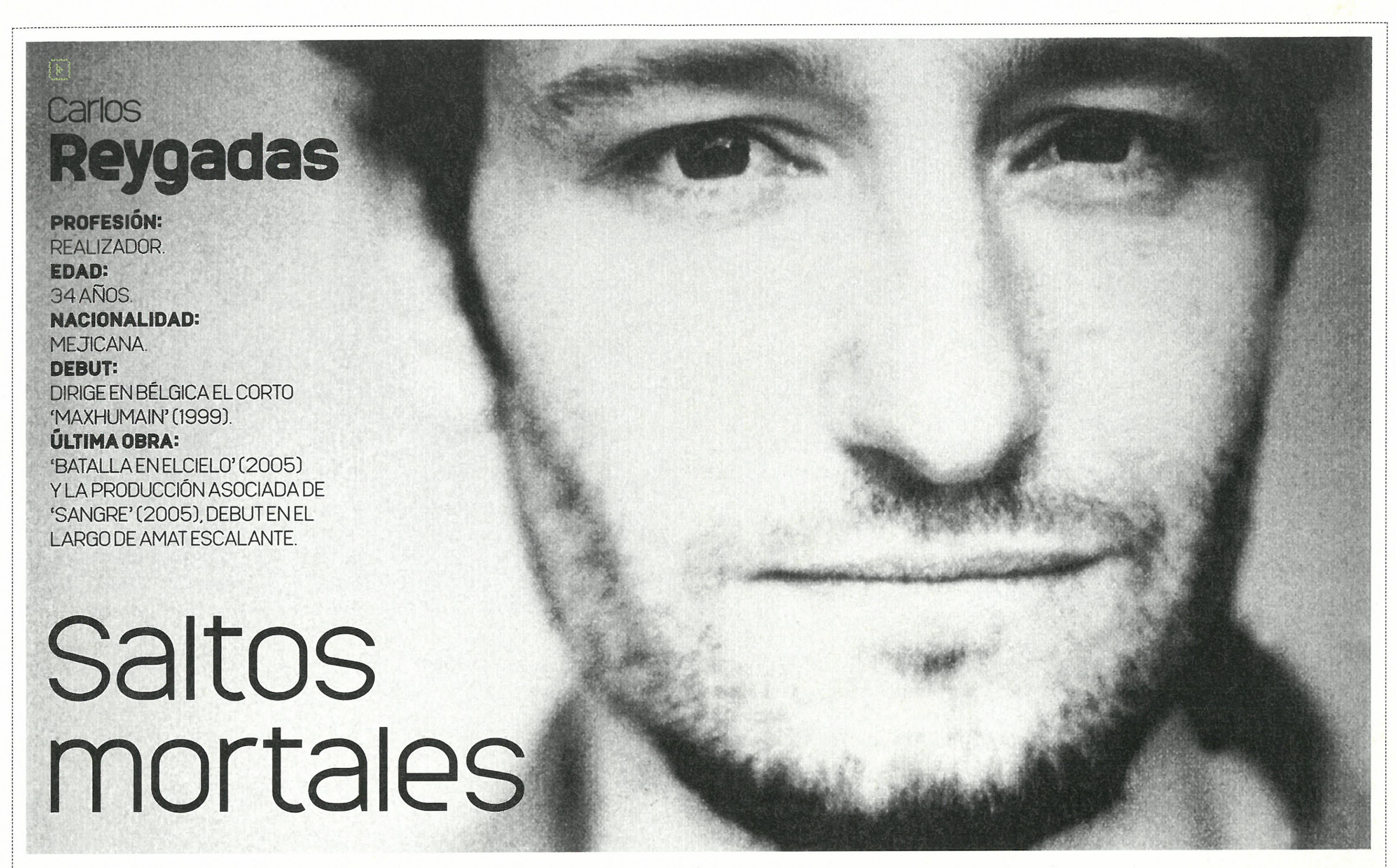

Los paisajes carnales de 'Batalla en el cielo'.

México no tan lindo

Juan Manuel Freire
juanmanuelfreire@yahoo.es

El mejicano Carlos Reygadas causó sensación en el circuito de festivales con su ópera prima, *Japón* (2002), una película que apostaba por el desafío en todos sus aspectos, desde esa cruda concepción formal heredada, en parte, del cine iraní hasta esa falta de fáciles juicios morales. Con la reciente *Batalla en el cielo*, este joven licenciado en Derecho Internacional, especializado en Conflictos Armados, profundiza en una visión del cine ajena a cualquier dogmatismo tanto en el estilo como en el tema. De nuevo, como en *Japón*, nos encontramos ante un relato de redención, pero uno explicado de forma incluso más arriesgada y abstracta. La historia central –la del hombre con remordimientos por la muerte accidental del niño que secuestró junto a su esposa– no es más que una excusa para ofrecer una visión de la vida.


Entrevista **Carlos Reygadas** →



Carlos
Reygadas

PROFESIÓN:
REALIZADOR.
EDAD:
34 AÑOS.
NACIONALIDAD:
MEJICANA.
DEBUT:
DIRIGE EN BÉLGICA EL CORTO 'MAXHUMAIN' (1999).
ÚLTIMA OBRA:
'BATALLA EN EL CIELO' (2005) Y LA PRODUCCIÓN ASOCIADA DE 'SANGRE' (2005), DEBUT EN EL LARGO DE AMAT ESCALANTE.

Saltos mortales

"Toda la idea del argumento básico, lo del secuestro y todo eso, no es más que una especie de andamiaje central", explicaba el propio Reygadas en el pasado festival de San Sebastián. "En un edificio, el andamio es indispensable, porque si no se cae todo abajo, pero lo que importa no es el andamio. De hecho, el andamio ni siquiera lo ves".

_La escena de introducción, la de la felación de la joven al hombre mayor, ha hecho correr ríos de tinta desde que se proyectó en Cannes. Quizá no hubiera molestado tanto si no la hubieses filmado tan ensoñadoramente. ¿Qué pretendías con ella? ¿Derribar nociones aprendidas de lo que sí puede ser erótico y bonito y lo que no?
_Lo que yo intento es, simplemente, hablar del conflicto de Marcos. Eso es lo que me importa. Pero no quiero hablar de ese conflicto como de la historia de la hormiga y la cigarra; creo que la vida es muchísimo más compleja que las historias para los niños, aunque en ellas se resuma la esencia de todo. Todo es mucho más complejo. En lugar de decir "te voy a contar esta historia", constato que es un misterio, que ahí hay algo intocable que está más allá de nosotros. Esta escena está ahí porque siento que es parte esencial de la película.

_¿De modo que la estética irreal corresponde a la subjetividad de Marcos?
_No necesariamente. La escena no es un acertijo, no significa nada. No importa si es el cielo, no importa si es su imaginación, no importa lo que signifique. Es como una obertura musical en una ópera. Eso es todo. Lo que me interesa mostrar en esta película es un estado mental, o una forma personal, única, de percibir el mundo. Cómo siente una persona, cómo intenta comunicarse, cómo se evade y cómo resuelve sus problemas, o cómo intenta resolverlos. Y de eso trata la película, lo que yo busqué siempre.

_Algunas secuencias muy gráficas, lógicamente, pueden resultar incómodas. Pero creo que los momentos más incómodos son aquellos otros en que, aparentemente, no sucede nada, y Marcos va de aquí para allá como poseído por la estupefacción. Aunque todos tengamos muchos momentos así en la vida. ¿Luchaste por preservar la ambigüedad de los actos en todo momento?
_Efectivamente. No es que la película sea post-modernista, y que todo sea relativo, no sé cuántos... Es que... es mucho más como la vida, ¿no? No es la historia de la hormiguita y la cigarra. Tú lees en el periódico: Fulano mató a su esposa. Y sigues leyendo y descubres que la mató por la casa, por no sé qué... pero en realidad todo es más complejo. Queremos simplificar la vida para creer que podemos asirla. Pero lo más seguro es que Fulano matase a su esposa por una acumulación de cosas: en la vida hay una serie de capas que se mueven entre ellas, se interrelacionan. Lo mismo sucede en la película. He escuchado todo tipo de razones por las que Marcos hace lo que hace al final: desde la criminalística hasta la mística, pasando por la de odio social o la de la decepción amorosa. Y todos pueden tener razón. Yo no sé por qué Marcos actúa así, porque Marcos es Marcos, un ser humano, y no una cigarra.

_Últimamente hemos asistido al despliegue de un conjunto de directores (los Dardenne o, mirando a Latinoamérica, Lucrecia Martel) que apuestan por un cine social sin sermones. Uno menos evidente y poderoso, porque intenta hablar de las cosas sin colocar las ideas en la boca de los personajes.
_La época de las consignas está terminada. Ese tipo de cine se sigue haciendo, sí, pero, por fortuna, el espectador se vuelve más sofisticado y exige otras cosas, porque cada vez sabe más, y los creadores tienen que responder en consonancia. Es probable que sea verdad lo que dices, pero no he pensado mucho al respecto.

_Encuentro que tienes una sensibilidad parecida a la de Martel: ese temblor interno que parece dominarlo todo.
_Cuando hice *Japón* fui a Rotterdam, y allí estaba Lucrecia con *La ciénaga* (2001). Mucha gente se me acercaba para decirme: "Oye, aquí hay una película que se parece a la tuya", y tal y cual. Y la verdad es que sí, veo que hay cosas comunes.

_¿Con qué directores actuales sientes una mayor conexión?
_Me interesa mucho el argentino Lisandro Alonso. También el francés Bruno Dumont y el taiwanés Tsai Ming-liang. Y me gusta, siempre me gustó mucho, Abel Ferrara.

FESTIVAL. ALCINE 35.
WWW.ALCINE.ORG


'Éramos pocos' de Borja Cobeaga.

Epicentro del cortometraje


Xavi Serra
xavi.serra@travelling-web.com

Si de algo pecan muchos festivales de cortometraje nacionales es de un exceso de dispersión en los contenidos que a menudo desemboca en una inevitable falta de personalidad. Alcine es uno de los pocos certámenes que, a pesar de ofrecer una oferta rica en secciones y actividades paralelas, no pierde de vista su núcleo de identidad: el corto español. Y a falta de otro evento equivalente en la capital, se ha convertido en uno de los certámenes de referencia, punto de partida del circuito de festivales de muchas obras. Si uno quiere hacerse una idea de lo que se cuece en el nuevo cine español y conocer a los directores que darán que hablar durante la próxima década, éste es un espacio mucho más idóneo que, por ejemplo, el festival de San Sebastián o el de Málaga. En Alcalá podrá verse una generosa selección de los mejores cortos en cine del último año, como *Binta y la gran idea* de Javier Fesser, *Entre nosotros* de Darío Stegmayer, *Éramos pocos* de Borja Cobeaga o *Manchas* de Jorge Torregrosa, entre muchísimos otros. Otras secciones competitivas son el Certamen de Vídeo de la comunidad de Madrid y la Pantalla abierta a los Nuevos Realizadores, donde sólo se exhibirán óperas primas. Además de las inevitables secciones de cine publicitario, otros formatos y cine para jóvenes, el festival cuenta con un par de interesantes retrospectivas, una dedicada al nuevo corto chileno y la otra al cortometraje inspirado en la literatura. Y en el apartado de publicaciones, destaca la edición de la continuación de *La vida es corto*, interesante estudio de la trayectoria en formato corto de relevantes directores, esta vez sólo españoles.

ALCINE. FESTIVAL DE CINE DE ALCALÁ DE HENARES
DEL 11 AL 19 DE NOVIEMBRE.

CORTOMETRAJE

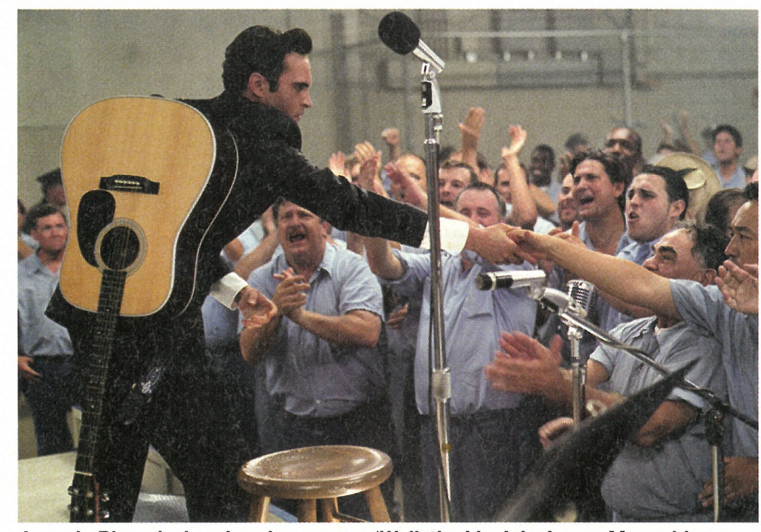
Obras de escuela

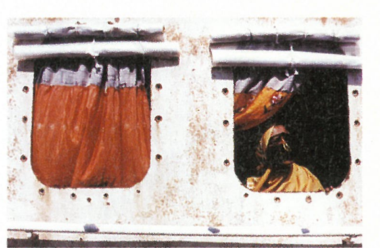
→ **opinión**

XAVI SERRA
DIRECTOR DE LA REVISTA 'TRAVELLING'

La reciente explosión de la formación audiovisual en España ha alterado el paisaje de la producción cinematográfica, por lo menos en lo que atañe al cortometraje. Las escuelas de cine se han constituido en productoras de los proyectos de final de curso de sus alumnos, los cuales tienen muy presente la posibilidad de culminar sus estudios rodando un corto en cine a la hora de elegir un centro. Paralelamente, la proliferación de festivales de cortometrajes, premios en metálico, subvenciones y, en definitiva, la creación de un amplio abanico de espacios de comercialización del corto ha provocado una súbita conciencia de las posibilidades de rentabilización del cortometraje. Sea por esta coincidencia o no, lo cierto es que uno tiene la sensación de que cada vez hay más cortos "de escuela"; a priori esto debería aportar vitalidad y frescura al panorama, pero a la postre el resultado ha sido el opuesto. El caso de la ECAM (Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la comunidad de Madrid) es más que significativo. Sin entrar a valorar la calidad de la formación que reciben sus alumnos, lo cierto es que –con alguna honrosa excepción– los cortos que producen sus alumnos año tras año responden al mismo modelo: obras de impecable acabado formal, excelente fotografía, supuesto compromiso social, cierta impersonalidad y absoluta falta de trascendencia cinematográfica. Esto, que no deja de ser una opinión, queda en cierta forma validado por el pobre reconocimiento que las últimas promociones han tenido en el circuito de festivales, en contraste con el gran éxito de, por citar un ejemplo, *La ruta natural* de Álex Pastor, perteneciente a la barcelonesa ESCAC. En cualquier caso, el cometido de una escuela, mucho más cuando se nutre de fondos públicos como la ECAM, no debe ser producir cortos que arrasen en el panorama festivales, pero tampoco coartar las posibilidades expresivas de sus alumnos primando unos determinados planteamientos estéticos. Eso ya lo hará el mercado en su momento.

FESTIVAL. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE GIJÓN.
WWW.GIJONFILMFESTIVAL.COM


Joaquin Phoenix, hombre de negro en 'Walk the Line' de James Mangold.


'Iron Island' de Rasoulof.


'Everything Is Illuminated'.

Mucho por ver

Eulàlia Iglesias
eiglesias@scope-magazine.com

Uno de nuestros festivales de referencia llega a su 43º edición con un programa que nos deja sin excusas para no viajar hasta Gijón. A concurso, catorce películas: el drama belga *Ultranova* de Bouli Lanners, que consigue encontrar belleza hasta en un polígono industrial; la cinta irlandesa *Adam & Paul* de Lenny y Leonard Abrahamson, centrada en dos amigos heroinómanos y muy alejada de las típicas estampas fílmicas que perpetúan la imagen costumbrista de Irlanda, perspectiva también presente en *Pavee Lackeen* de Perry Ogden, retrato del equivalente en la isla esmeralda de los gitanos nómadas; la británica *The Great Ecstacy of Robert Carmichael* de Thomas Clay, la cinta que, por su crudeza, causó más impacto en el pasado Festival de Cannes; *Thumbsucker*, la esperada ópera prima del director de clips Mike Mills; *C.R.A.Z.Y.*, drama familiar del canadiense Jean-Marc Vallée; *A Perfect Day*, retrato de Beirut dirigido por Joana Hadjithomas y Khalil Joreige; *Como un avión estrellado* de Ezequiel Acuña, muestra del nuevo cine argentino; *Dark Horse* de Dagur Kari (*Noi Albinoi*); *Iron Island* de Mohammad Rasoulof), en la línea del mejor cine iraní; las orientales *Be with Me* de Eric Khoo y *The Buried Forest* de Kohei Oguri; y dos documentales: *Murderball* de Henry Alex Rubin y Dana Adam Shapiro, visión nada condescendiente del rugby paralímpico, y *Working Man's Death*, de Michael Glawogger sobre los trabajos de alto riesgo. Además, *Everything Is Illuminated*, dirigida por el actor Liev Schreiber con Elijah Wood ya lejos de la Tierra Media; y *Walk the Line* de James Mangold, biopic de Johnny Cash.
La retrospectiva dedicada a los nuevos cines se centra en Italia. La sección Desorden y Concierto tiene su plato fuerte en *Punk: Attitude*, viaje por la historia de este movimiento de la mano de Don Letts. Las retrospectivas están dedicadas a Todd Solondz, a la documentalista Pirjo Honkasalo y a Claire Denis.

DEL 24 DE NOVIEMBRE AL 2 DE DICIEMBRE DE 2005.


Perfil
Claire Denis
→



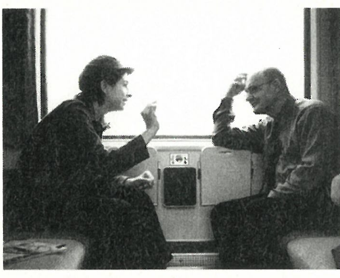
Claire
Denis

PROFESION:
REALIZADORA.
EDAD:
57 AÑOS.
NACIONALIDAD:
FRANCESA.
DEBUT:
AYUDANTE DE DIRECCIÓN EN 'SWEET MOVIE' DE DUSAN MAKAVEJEV (1974).
ULTIMA OBRA:
VERS MATHILDE (2005).

La danza de los gestos y los sentidos

El cine de la feroz e incorruptible realizadora francesa Claire Denis resulta esquivo y escurridizo a la hora de definirlo o catalogarlo. Su hábitat natural es el de los límites de la representación, un espacio fronterizo donde se entremezcla la realidad y el sueño, lo consciente y lo inconsciente, lo concreto y lo abstracto. Embarcada en un proyecto artístico que aspira a construir una nueva forma de narrar a partir de los cuerpos, los gestos, los comportamientos y la estimulación de los sentidos, Denis fabrica películas con y sobre el deseo, la materia esencial de su cine.

T: Manuel Yánez Murillo







Perfil **Claire Denis**



LA REIVINDICACIÓN DEL CUERPO

Claire Denis, nacida en París en 1948 pero criada en África, acumula a sus espaldas ocho largometrajes para cine, así como varios documentales y segmentos para trabajos colectivos. Si algo se percibe con claridad al repasar su obra, es la férrea voluntad de establecer una nueva jerarquía de los instrumentos narrativos. La posición de privilegio que ocupan en el relato fílmico clásico el diálogo o la exposición de la psicología de los personajes es reivindicada por Denis para los cuerpos, los gestos, las miradas y los comportamientos rituales. Como consecuencia, la continuidad narrativa es sustituida por una concepción del guión (plataforma de lanzamiento) y del montaje (agujereador del relato) que convergen en un relato elíptico, lleno de sugerencias, puntos de fuga y espacios vacíos para la recreación libre del espectador. Devota confesa de Jean Eustache y Jacques Rivette, sobre quien realizó un documental para la cadena francesa Arte (*Cinéma, de notre temps: Jacques Rivette - Le veilleur*), Claire Denis fue ayudante de dirección de Wim Wenders y Jim Jarmusch, lo que nos conduce de rebote hasta John Cassavetes, otro amante de los rostros de quien la realizadora francesa ha heredado la obsesión por la captura de ese momento mágico en que la verdad se manifiesta ante la cámara. Para alcanzar este cometido, Denis se hace acompañar de todo un comando de habituales: Jean-Pol Fargeau en las labores de coguionista, Agnès Godard en la fotografía, Jean-Louis Ughetto en el sonido y Béatrice Dalle, Alex Descas, Grégoire Colin o Vincent Gallo exponiendo sus cuerpos ante la cámara.

DE LO CONCRETO A LO ABSTRACTO

Se da una extraña paradoja cuando uno se entrega al recuerdo de una película de Denis. En un principio resuenan en la memoria los rostros, los cuerpos integrados en un paisaje natural donde estallan exuberantes los elementos (agua, fuego, tierra y carne), los espacios urbanos cargados de luces y ruidos artificiales. Sin embargo, a la vez, surgen con energía reminiscencias de ideas y conceptos puramente abstractos, algunos sólidos, otros fugaces. Los cuerpos entrelazados nos conducen a la fraternidad o la identidad colectiva; los paisajes urbanos, a la alienación del individuo o al deseo efímero; y la sangre, a los instintos ocultos, a la domesticación del ser social o al cauce que une deseo, sexo y muerte. Así circulan los sentidos en el cine de Denis, revoloteando inquietos entre lo concreto y lo abstracto, algo que también se encuentra en experiencias contemporáneas como *Demonlover* (Olivier Assayas, 2002), la reciente trilogía de la muerte de Gus Van Sant, las películas sobre relaciones familiares de Aleksandr Sokurov o en todo Tsai Ming-liang. Otro autor con el que se emparenta a Denis es David Lynch; ambos cultivan una estética que remite a un estado de duermevela en que es fácil confundir lo experimentado con lo deseado.

ALIANZAS SONORAS

No existe un límite a la hora de inventar formas para conjugar imagen y sonido. Así lo demuestran película tras película Claire Denis y sus aliados, sea el cantautor francés Jean-Luis Murat, el grupo británico Tindersticks o cualquiera de los otros músicos a los que la realizadora francesa vampiriza en su fluir insaciable de imágenes sonoras. Así, unos acordes de guitarra minimalistas compuestos por Stuart Staples (Tindersticks) son el latir moribundo que suena intermitentemente a lo largo de todo *L'Intrus* (2004). La voz de Dean Martin sirve de fondo para el paisaje urbano de *J'ai pas sommeil* (1994) y el *God Only Knows* de The Beach Boys, para retratar la pareja ideal que forman Vincent Gallo y Valéria Bruni-Tedeschi en *Nénette et Boni* (1996), mientras la sombra de Hitchcock se evoca en *Vendredi soir* (2002) mediante la música de Shostakovich, reconocida influencia para Bernard Herrmann. Mención aparte merece la gran *Beau travail* (1999), donde el devenir de unos miembros de la Legión Francesa es acompasado por el lirismo de piezas operísticas, la voz rota de Neil Young y, en un gesto de liberación final que se encuentra entre los momentos más memorables del cine de los noventa, la entrada triunfal del *Rhythm of the Night* de Corona.

LA HERENCIA LITERARIA

Tras el cine casi sin diálogos de Denis se esconde un caudal de referencias y adaptaciones literarias. Son influencias declaradas el espíritu aventurero de Robert Louis Stevenson, el erotismo de la serie negra norteamericana o la *"zambullida en los sentidos"* (según definición de la propia cineasta en la web 'Senses of Cinema') de William Faulkner, algo que encaja lógicamente en el cine sensorial de la directora de *Vendredi soir*, capaz de despertar en el espectador estímulos olfativos o táctiles, sentidos cuya excitación se haya aparentemente vetada a la imagen.

Tres joyas made in Denis

→ **filmografía**

1.999

'BEAU TRAVAIL'

Última de las varias películas que Denis dedicó a la herencia del colonialismo, esta adaptación del Billy Budd marinero de Herman Melville observa el día a día de un pelotón de la Legión Francesa en Djibouti. La directora retrata la institución militar como un objeto puramente estético, carente ya de todo sentido en el marco geopolítico actual. De entre los ejercicios militares (bellamente coreografiados) y los rituales diarios de los soldados surgirá un fascinante triángulo de afinidades, afectos y celos.

2001

'TROUBLE EVERY DAY'

Parece incluso lógico que una autora fascinada por el cuerpo humano como receptáculo de los deseos e instintos más primarios tuviese la tentación de acercarse a la figura del caníbal, versión viva del vampiro, tan atractivo e insaciable como aquél pero mucho más cercano a cualquiera de nosotros. Vincent Gallo y Béatrice Dalle se pasean por París como chupópteros en busca de consuelo. Como siempre, Denis observa a sus personajes afanada en comprenderlos, sin imponer una perspectiva moral cerrada.

2004

'L'INTRUS'

Seguramente sea ésta una de la películas con más padrastros de la historia: el filósofo Jean-Luc Nancy, el escritor Robert Louis Stevenson, el pintor Paul Gauguin, el director Paul Gégauff, el actor Michel Subor y el músico Johnny Cash. L'Intrus es un film inabarcable, abrumadoramente bello y extremo en su forma, que dibuja una estructura arborescente de infinitas ramificaciones. Una película que no termina nunca... Yo llevo un año atrapado en sus redes y no he atravesado aún su corteza.

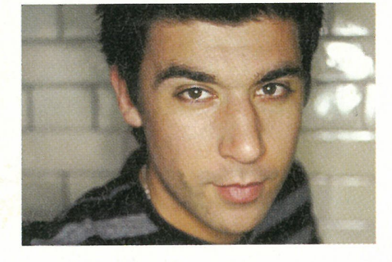
W www.arte-tv.com/fr/cinema-fiction/Court-circuit/15_20juin/838468,CmC=855900.html

www.sensesofcinema.com/contents/02/23/denis_interview.html

TELEVISIÓN SERIES. 'ABSOLUTE POWER' DE MARK TAVENER.
WWW.BBC.CO.UK/COMEDY/GUIDE/ARTICLES/A/ABSOLUTEPOWER_99903111O.SHTML







De cuarto a primer poder

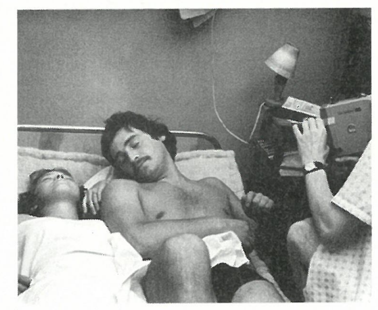
Joan Pons
ponkipons@hotmail.com

Que sí, que sí, que lo mejor que le ha pasado a la ficción televisiva es la HBO. Bajo el anagrama de esta productora estadounidense han nacido y crecido las mejores teleseries de los últimos años, especialmente las dramáticas. Porque el huerto de la ficción humorística televisivo sigue siendo propiedad de la BBC, ¿no? ¡La BBC! ¡Cuánto tiempo si saber de ella en nuestras pantallas! Pero, ¿aún hacen series? Por supuesto. Ah, entonces bien, ¿no? Bien, no: mejor que nunca. Los últimos años de telecomedias *british* son gloriosos. Lo que pasa es que desde los noventa se perdió el hábito de importarlas. Con lo cual, a Steve Coogan, por ejemplo, le conocimos en *24 Hour Party People* (Michael Winterbottom, 2002), sin tener ni idea de quién era Alan Partridge, el personaje televisivo que le hizo célebre. También nos hemos perdido joyas como *The League of Gentlemen* (1999), *The Office* (2001) o *Look Around You* (2002). La excusa de los programadores es que se trata de series muy localistas, demasiado británicas. ¡Claro que lo son! Como lo eran *Arriba y abajo* (1971) y *The Young Ones* (1982), que sí se estrenaron.

En fin, que hoy en día parece imposible que se llegara a emitir una serie como *Yes, Minister* (1980). Y mucho menos la que sería su equivalente actual, *Absolute Power*. Esto sí es una comedia de nivel. Los diálogos son finísimos, casi eruditos, pero las puyas que clava... ufff, son salvajes. Nadie se salva de los *spin doctors* que interpretan Stephen Fry y John Bird. Desde la empresa de relaciones públicas Prentiss McCabe, este par de descendientes de Maquiavelo deciden quién será la candidata *tory* a primer ministro, el delantero centro de la selección o el Arzobispo de Canterbury. Lavan la cara a estrellas del rock drogadictas y a políticos en decadencia. Su profesión es maquillar la realidad; disfrazar la moral. "A nadie le interesa la verdad", dicen. La imagen pública lo es todo. Y Prentiss McCabe son los demiurgos que controlan ese todo. Cuando le preguntan al personaje de Fry por qué no se mete en política, responde "porqué me interesa quedarme donde están el dinero y el verdadero poder".

EXPOSICIÓN. 'ENTUSIASMO', HASTA EL 15 DE ENERO DE 2006.
WWW.FUNDACIOTAPIES.ORG







Cine amateur y contracultura

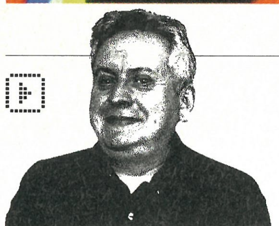
Ramón Ayala
rayala@scope-magazine.com

Neil Cummings y Marysia Lewandowska analizan formas de producción cultural nacidas de la colaboración. Fruto de ellas surge *Entusiasmo,* que se puede ver en la Fundació Antoni Tàpies. La exposición es un extenso archivo de películas *amateurs* producidas por el movimiento obrero de la Polonia socialista. Desde los cincuenta hasta los ochenta, el ocio gravitaba alrededor de clubs de fábrica impulsados por el estado. Los que fomentaban el rodaje de películas eran de los más populares. Contrariamente a lo que habría querido papá estado, los incipientes cineastas rodaban su realidad cotidiana con una subversión natural, capturando pedazos de amor, pérdida e ilusiones imposibles. En paralelo a la cultura oficial de la Guerra Fría, se animaban a hacer un cine sobre el trabajo, el consumo, el ocio y la celebración desde otra perspectiva. Apasionante viaje a un raro, hoy día, "impulso no dictado por las ganancias financieras (...), resultado de pasiones ocultas y necesidad de autorrealización", en palabras de Lewandowska. El retrato de un entusiasmo que el arte y la cultura parecen haber perdido.

DOCUMENTAL. 'TIRA TU RELOJ AL AGUA' DE EUGENI BONET.
WWW.VALDELOMAR.COM/TIRA1.PHP?LANG=ES&MENU_ACT=10



Tactilvisiones de una cinegrafía intuida



Eugeni **Bonet**

POR ALBERT ALCOZ

Tira tu reloj al agua es un film a contracorriente, insólito, tan abstracto como intenso, que se enmarca dentro del cine experimental menos convencional. El escritor, comisario y artista audiovisual Eugeni Bonet ha recogido el legado visual y conceptual de José Val del Omar para realizar un film de montaje que recupera las imágenes, muchas inéditas, del visionario cineasta granadino, para seducir visualmente y demostrar la vigencia de las concepciones cinegráficas de Val del Omar, más allá de sus *Aguaespejo granadino* (1953-55) y *Fuego en Castilla* (1960).

_¿Cuándo surge la posibilidad de realizar un largometraje con el material filmado por Val del Omar?
_Sus herederos querían hacer algo con los materiales que había dejado inconclusos. Me consultaron al respecto y, de inmediato, me propuse yo mismo como candidato. Después de su muerte, siempre había sentido una gran curiosidad por despejar la incógnita que rodeaba el trabajo de Val del Omar en sus últimos años, y creía tener la sensibilidad necesaria para abordar ese material inédito. No fue hasta 2002 que empecé a sumergirme en sus imágenes y sus notas.

_El film está dividido en bloques. ¿Cuáles son las ideas de cada uno y la idea general que da sentido a todo?
_Yo distingo cuatro bloques o "movimientos", por utilizar un símil musical, además muy propio de l granadino. El film se abre en Granada, con imágenes principalmente filmadas en 1968, en un estilo documental que deriva hacia el sesgo lírico de lo que Val del Omar llamaba "elementales" o "documentales abstractos". Luego se adentra en la Alhambra, convertida en parque temático recorrido apresuradamente por hordas de turistas que, como él decía, van "con el reloj en la frente". El tercer movimiento constituye aparentemente una ruptura, por su carácter radicalmente abstracto: es lo que yo llamo "psicodelia metamística", y él experiencias de "pictolumínica". Me interesa particularmente este deslizamiento de lo documental a la abstracción. Pero, en cierto modo, el tema siempre es el mismo: Granada. ¡Todo es arabesco! Granada y Val del Omar mismo, que toma cierto protagonismo en la cuarta parte, elaborada a partir de películas privadas en súper 8 y 16mm. Esta parte ata todo el film, da una unidad a estas "variaciones sobre una cinegrafía intuida".

_¿Dónde situarías la figura de José Val del Omar dentro del cine experimental? ¿Qué destacarías de su capacidad para ingeniar aparatos cinematográficos?
_Val del Omar pertenece, generacionalmente, a las primeras vanguardias. Pero quienes conocen su obra admiran su modernidad, su actualidad, su anticipación visionaria... Estaría, pues, más cerca del cine experimental moderno y de las corrientes artísticas multimedia. En cuanto al aspecto técnico, su cacharrería no tiene tanta importancia como sus descubrimientos o anticipos estéticos. Val del Omar fue, efectivamente, un inventor, pero sus mayores invenciones son de orden artístico. De hecho, sus hallazgos técnicos se fundamentan en cosas muy simples, pero de un resultado extraordinario; por ejemplo, la tactilvisión o los elementos que ingenió para sus "ensayos de pictolumínica".

DOCUMENTAL. 'PARADISE LOST'
HTTP://WWW.WM3.ORG/SPLASH



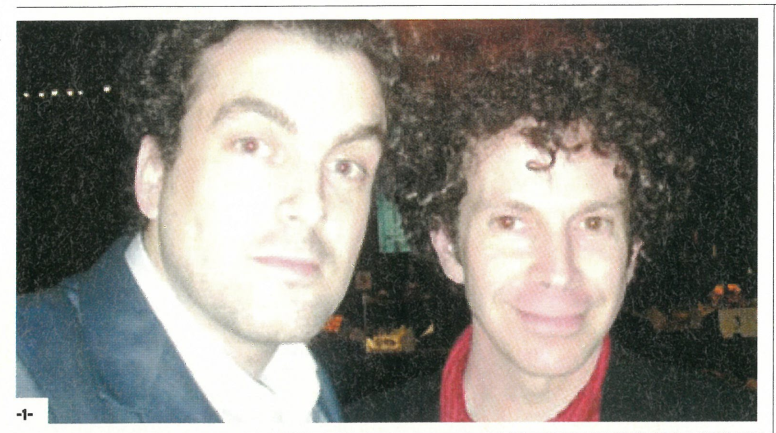
El infierno terrenal

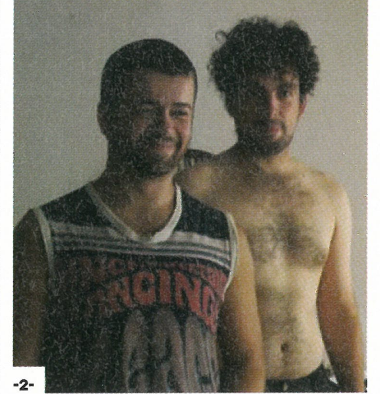
Jack Lang
redaccion@scope-magazine.com

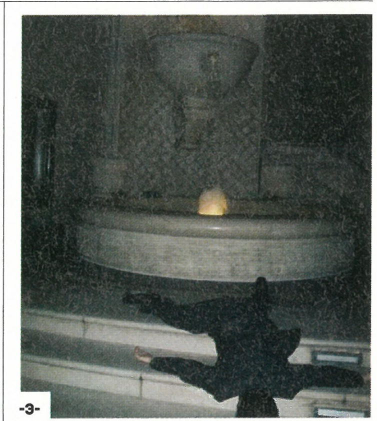
El Paraíso (perdido) se abre con tres niños de ocho años desnudos, maniatados, rígidos y hallados en un pequeño bosque, entre la autopista y el túnel de lavado (5 de mayo de 1993, vídeo de la policía). Al mes, saltan los telediarios con tres detenciones y una confesión: un trío de adolescentes fans de Metallica y rumores de satanismo. Estamos en West Memphis (Arkansas) y aquí nadie ha oído hablar de la presunción de inocencia. Los talonarios de la HBO toman lo que parece un grupúsculo de caravanas, miseria y fanatismo y contratan a todo el mundo para que haga de sí mismo en lo que será un seguimiento exhaustivo de los juicios a venir. A partir de este momento, Joe Berlinger y Bruce Sinofsky se aplican a deconstruir el discurso de la defensa, socavando la más que dudosa base de la declaración de Jessie Miskelley, un chaval con coeficiente friega suelos que soltó prenda tras doce horas de interrogatorio sin la presencia de su abogado. A lo largo de estas casi cinco apasionantes horas, el principal encausado se desnuda progresivamente, a pesar de la visión incompleta que se nos ofrece, como un auténtico mártir cuyo mayor pecado parece haber sido creer que, por ser inocente y decir la verdad, no podía pasarle nada. Al igual que la magistral *Capturing the Friedmans* (Andrew Jarecki, 2003), este imprescindible díptico denuncia las fallas de una apisonadora judicial increíblemente liberalizada, pero se convierte en objeto de culto monoteísta cuando el perfecto culpable se dibuja ante nuestros impotentes ojos, desplegando impunemente todos los tics del clásico asesino en serie norteamericano. Como la del jurado, nuestra mirada miope y parcial juzga, pero, por suerte, todavía no puede condenar.

'Paradise Lost: The Child Murders at Robin Hood Hills' (1996) y 'Paradise Lost 2: Revelations' (2000), están distribuidas en DVD por PIAS.

GALERÍA →   **Nacho Vigalondo** RELIZADOR Y GUIONISTA REALIZADOR

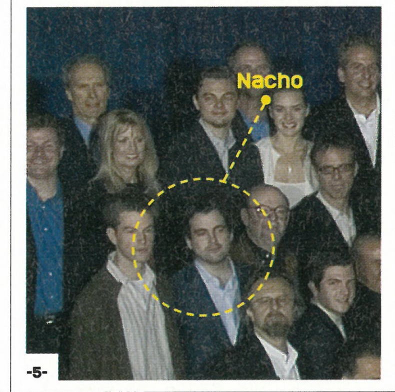

-1-


-2-

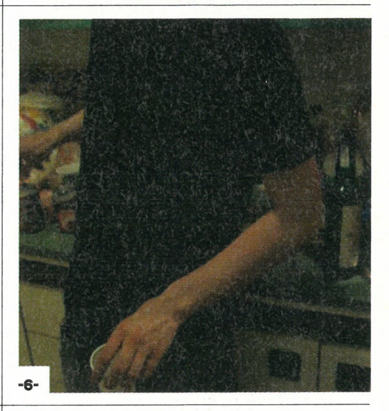

-3-

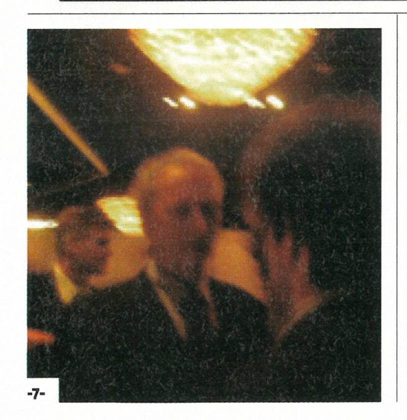


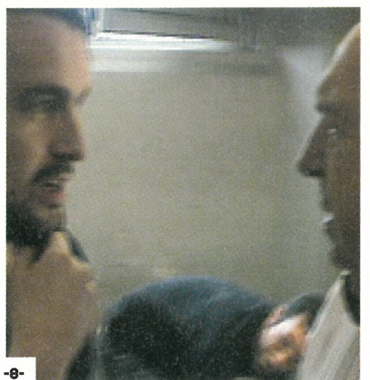
-4-

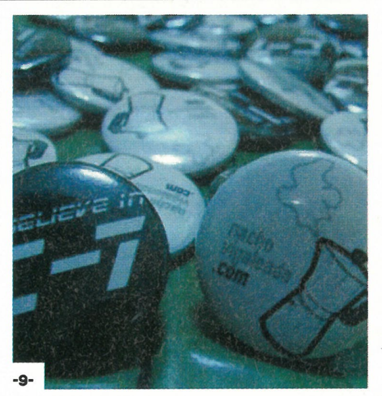


-5-


-6-


-7-


-8-


-9-



-10-

El inclasificable mundo de Nacho Vigalondo

El cántabro Nacho Vigalondo saltó del anonimato gracias a la nominación al Oscar por su cortometraje *7:35 de la mañana*, un pequeño delirio sin prejuicios y la mar de divertido, pero ante todo un prodigio de narración al alcance de muy pocos. Hace poco más de un año Vigalondo comenzó su particular weblog (www.nachovigalondo.com), su parcela en internet donde cuelga todo lo que realiza (atentos a *Código 7*, su más celebrado corto, con una legión de fans sin igual), escribe de todo lo que le pasa (y muy brillantemente, por cierto), generando adicciones y rechazos por igual. La presente galería es una selección de imágenes aparecidas a lo largo de su extenso diario personal en la red. Un pequeño paseo por su particular e inclasificable mundo, donde, por ejemplo, combina pasmosamente una foto suya al lado de Clint Eastwood con otra al lado de Juanito Navarro. Y es que España sigue siendo diferente. ¡Por suerte!

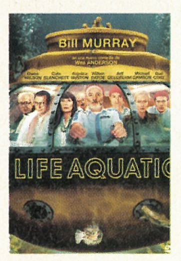
-1- Nacho Vigalondo con Charlie Kaufman ("Yo parezco una vaca moribunda y Kaufman una rata almizclera. Pero no me negarán que es gracioso cómo parecemos estar a la sombra de una única enorme peluca"). **-2-** Con Alejandro Tejería, el protagonista de *Código 7*, jugando al EyeToy ("Un momento muy Ontiveros, www.quevidamastriste.com, o Gus Van Sant, ustedes deciden"). **-3-** Derrotado en una fuente de Beverly Hills. **-4 y 5-** La foto oficial de los nominados al Oscar al lado de Clint Eastwood y Leonardo DiCaprio. **-6-** Su amigo, el gran Alberto Rodríguez Vázquez ("la mejor persona de España"), autor de www.queridoantonio.com ("La foto está tomada por Nahikari en un momento bajo pero extrañamente inspirado. La instantánea tiene un afectado toque barcelonés. Un rollo distanciado"). **-7-** Cruzándose con Clint Eastwood en el vestíbulo del Kodak Theatre. **-8-** Hablando con Juanito Navarro. **-9-** *Merchandising* realizado por Jonás Pérez, también webmaster de su weblog. **-10-** La portada de su weblog. **Redacción**

BAZAR**DVD**









DIRECTOR:
WES ANDERSON
DISTRIBUYE:
BUENA VISTA

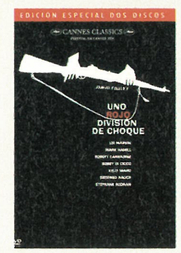
Life Aquatic

Descubierto con *Academia Rushmore* (1998) y encumbrado con *Los Tenenbaums. Una familia de genios* (2001), Wes Anderson dejó descolocado al personal con *Life Aquatic* (2005). La película no tiene la frescura de la ópera prima ni el calado sentimental de la segunda (aquí te da bastante igual lo que les pasa a los personajes), en cambio muestra una radicalización del estilo propio de un riesgo poco habitual por esas lares. *Life Aquatic* funciona casi como un ente autónomo...

Por cierto, ¿saben qué es un "Hydronicus Inverticus"? Pues un pez con cola de rata. ¿Que no han visto nunca ninguno? Bueno, solamente tienen que echar un vistazo a la foto que encabeza este artículo para descubrir cómo es. Dentro del acuario que contemplan Bill Murray y Jeff Goldblum nada un pez con cola de rata... De acuerdo, de acuerdo... es de mentirijillas. Y ni tan sólo aparecía en la versión en cines de *Life Aquatic*. Lo han repescado especialmente para la edición en DVD de la nueva película de Anderson, entre otras tomas que se quedaron en la cubeta de la sala de montaje, pequeños capítulos que tampoco aportan nada nuevo al film más allá de incrementar el censo de habitantes del fabuloso mundo de fantasía creado por el director de *Los Tenenbaums. Una familia de genios*. Junto al puñado de escenas eliminadas, también se encuentran audiocomentarios del director y del coguionista Noah Baumbach (realizador del reciente éxito indie en Estados Unidos *The Squid and the Whale*) y algunas entrevistas con miembros del equipo técnico y artístico. Como extras para el DVD de una película tan dedicada a los pequeños detalles como ésta no pasarían del aprobado alto si no fuera porque existe en Estados Unidos otra edición, de Criterion, con doble disco (y subtítulos en español) con muchísimo más material y que pone en evidencia la aquí publicada. Esta edición *import*, por ejemplo, da la importancia que se merece a la música e introduce diez canciones de David Bowie cantadas por Seu Jorge además de una entrevista con Mark Mothersbaugh (Devo), compositor de la banda sonora, entre otras muchas piezas... **Eulàlia Iglesias**







DIRECTOR:
SAM FULLER
DISTRIBUYE:
WARNER HOME VIDEO

Uno rojo, divisón de choque

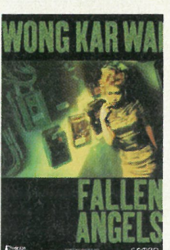
La tentación de empezar a hablar de *Uno rojo, división de choque* (1980) despotricando de otra película, *Salvar al Soldado Ryan* (Steven Spielberg, 1998), por supuesto, es tan fuerte que creo que no voy a poder ni a querer resistirme. Frente a la espectacularización del horror de la guerra por parte de Spielberg como si de una película IMAX se tratara (esos primeros minutos tan aplaudidos), *Uno rojo, división de choque* se revela como un film más sincero, moralmente firme y a la postre duro. No hay sensacionalismo alguno. Fuller sabía de qué hablaba. No en vano, estuvo allí, cargando su máquina de escribir, su cámara y su fusil. Así que, ganas de epatar, ninguna. Y eso que Fuller era un loco del cine. Se dejaba llevar tanto por el arrebato de narrar, por el delirio de filmar, que sus películas rayaban el dislate. *Uno rojo, división de choque* también era una locura. Una iniciativa desproporcionada a la que en 1980 se le pasó la tijera. El año pasado, gracias al cineasta y crítico Richard Schickel y al festival de Cannes, se reconstruyeron 53 minutos perdidos y ahora editados en DVD. Esta pieza maestra del cine bélico ya era moderna y atípica en su día y en su género. Está armada a partir de *set pieces* aparentemente desligadas. Así que añadir más secuencias no la desdibuja sino que la engrandece, sobre todo en su tramo final: las secuencias del manicomio, de la orgía, del bosque sumido en la niebla (¿homenaje a *El gran desfile* (1925), de King Vidor?) de la patrulla civil alemana o del propio Fuller filmando Berlín en ruinas son de una extravagancia sensacional.

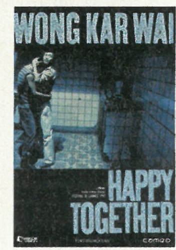
Los extras también son de traca. Ver a Fuller entrevistado, explicando historias con la misma vehemencia delante que detrás de la cámara, es una gozada. Y escuchar a los actores describir sus métodos de dirección (¡casi les disparaba!) o su castrense relación con Lee Marvin es harto revelador. Los cuatro supervivientes de la ficción (los cuatro jinetes del Apocalipsis) también lo fueron en el montaje final. Todos y cada uno de ellos, como dice la hija de Fuller, eran su padre: uno el escritor, otro el caricaturista, otro el caradura y el último el chico de pueblo que no entiende qué sentido tiene estar en un campo de batalla. **Joan Pons**

BAZAR DVD











Pack Wong Kar-wai

Desde que 'Cahiers du cinéma' decidió dedicar su portada a *Chunking Express* (1994) han pasado casi diez años. Desde entonces, Wong Kar-wai se ha convertido en, como mínimo, un tema de conversación interesante. ¿Es un visionario o un, ejem, fotógrafo de modas? El debate se reabre con la edición de un pack por parte de Cameo que incluye *Fallen Angels* (1995), *Happy Together* (1997) y la citada *Chunking Express*, más un libreto escrito por Isabel Coixet (fan incondicional) y un DVD de extras con el título *Una mirada*.

La conversación con él y los actores Maggie Cheung y Tony Leung de un reportaje francés que incluye este último disco es realmente reveladora. En él se habla de la importancia del espacio en su cine –tanta como en las películas de Antonioni–, hasta el punto de convertirse en un protagonista más. ¿Y alguna vez se han preguntado por qué se detiene tanto en los gestos de los actores, hasta el extremo del amaneramiento? Porque todos reprimen sus emociones y nunca las expresan en el rostro, sino en el lenguaje corporal. ¿Y por qué los diálogos parecen improvisados? Porque muchas veces lo son. Es su forma de trabajar: con guiones apenas esbozados.

Este último punto es interesante: Wong entiende el cine como una aventura que empieza en el rodaje y acaba en la sala de montaje. El guión nunca es definitivo. Por eso no acierta siempre. Para mí, sus dos cumbres son *Happy together* y *Deseando amar* (2000): son las más hondas, las más minimalistas, las más hermosas. El DVD de extras incluye un largo (una hora) making-of de *Happy Together*, pero no resulta demasiado interesante. Por ejemplo, no se entiende por qué no aparece su director de fotografía habitual, Christopher Doyle, responsable del look visual tanto como el propio director hongkonés. **Óscar del Pozo**

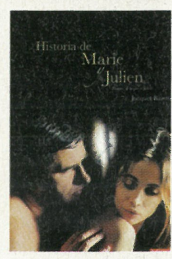












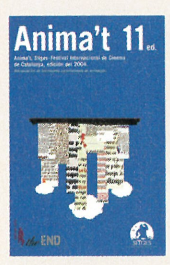
Jacques Rivette

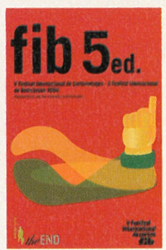
Jacques Rivette ha acabado adoptando un rol que no le es para nada desconocido: el de director fantasma de la distribución española. De ahí que la edición en DVD por parte de Intermedio de algunos de los films que dirigió durante los ochenta y noventa sea un acontecimiento.

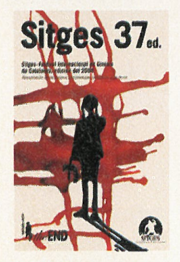
En los filmes de Rivette es común encontrar personajes que desaparecen y que se convierten en presencias que conviven con los vivos. Ocurre en la película que abre la colección, *L'amour par terre* (1984), y también en la que la cierra, *Histoire de Marie et Julien* (2003). En la primera la desaparición planea durante toda la película mediante el personaje de Béatrice: musa de dos hombres que siguen buscándola y de la que mantienen intacta su habitación. Una habitación cuyo misterio tiene reminiscencias en *Secreto tras la puerta* (1948), el escalofriante thriller de Fritz Lang. Y un misterio que se acentúa por la confusión de identidades que Rivette siempre plantea cuando habla de teatro y que tienen su cumbre en *Céline y Julie van en barco* (1974).

Los fantasmas siguen presentes en su siguiente película. Su libre adaptación de *Cumbres Borrascosas*, *Hurlevent* (1985), escapa del realismo que impregna esta historia de *amour fou* en una secuencia final poética y espectral. Con *Hurlevent*, Rivette lleva el relato a su terreno. En ella, aborda las pasiones de sus personajes con una puesta en escena cauta que no sólo se erige como un buen ejemplo de una filmografía de ética irreprochable, sino que entronca con el Rivette crítico de 'Cahiers du Cinéma'. Su idea del travelling como cuestión moral pasa así de la crítica a su cine. Los travellings son continuos en sus películas, crean atmósferas y nunca son reprobables o mezquinos hacia lo que se está contando. Así, las secuencias de pasión más crudas de *Hurlevent* se filman con la cautela que da la distancia. De la misma manera, sus posteriores y cuidadas aproximaciones al cuerpo (*La Bella Mentirosa*) y al sexo (*Histoire de Marie et Julien*) hacen de Rivette un director imprescindible.
Violeta Kovacsics

BAZAR DVD







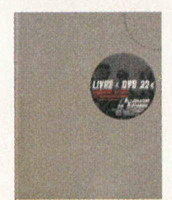
Anima't 11 ed.
FIB 11 ed.
Sitges 37 ed.
CORTOMETRAJES

DISTRIBUYE:
THEEND

This is theEND

En el panorama audiovisual nacional, el sello theEND supone una refrescante anomalía. Su autoimpuesto cometido es rescatar del habitual olvido editorial los cortometrajes de algunos de los festivales más representativos de nuestra geografía. La colección Metraje Corto presentó en mayo sus credenciales con la publicación simultánea de las penúltimas ediciones de Incurt, Alcalá de Henares, Gijón, Sitges y Anima't (la sección de animación del festival de Sitges). Dando continuidad al proyecto se editan ahora los últimos Sitges y Anima't –ediciones 37 y 11 respectivamente– y el 5º festival de cortometrajes del FIB. Este último contiene una selección de obras con pocos nexos en común que van del irónico drama conyugal *Perfect* de Rankin a la fusión de imagen real y estética Playstation de *Runner* de Gabriel Torres. La estrella es sin duda *Canciones de invierno*; repleta de actores conocidos y rodada en sorprendente scope, el director Félix Viscarret exhibe solvencia narrativa en una agridulce historia coral, tal vez demasiado deseosa de agradar. En el DVD de Sitges destaca *Tea Break* de Sam Walker. Impecable formalmente, su humor sin entrañas tortura al espectador desprevenido: es un corto 100% Sitges, divertido, grotesco y sangriento: el más aplaudido el pasado año y, de largo, el mejor del DVD. De los cortos del 11º Anima't cabe decir que pese a ser el más parco en obras de esta terna, tan sólo cinco, es tal vez el más brillante, un estupendo compendio de la animación adulta actual. A destacar la rudimentaria aunque desternillante animación escatológica de *Rick Trembles' Goopy Spasms Live Cartoon Show*, hija bastarda del humor de Crumb y Joe Matt, y la multipremiada tragicomedia espacial *Intolerance III. The Final Solution* de Phil Mulloy. **Xavi Serra**





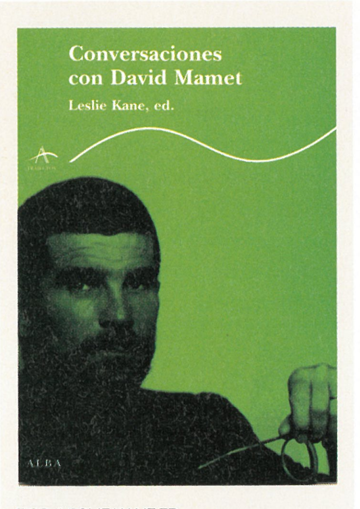
EDITADO EN:
'TERRORISME, MYTHES ET REPRESENTATIONS', DE THOMAS ELSAESSER (EDITIONS TAUSEND AUGEN)

L'Allemagne en Automne

Esta edición de *Alemania en otoño* complementa la revaloración del cine de Rainer Werner Fassbinder con motivo del sesenta aniversario de su nacimiento. Se suceden reestrenos y ediciones en DVD, entre las que cabe destacar las francesas, cuidadosamente coordinadas por Thomas Elsaesser, también autor del ensayo que acompaña este libro-DVD sobre la Facción del Ejército Rojo (RAF). El pulso entre la banda terrorista y la RFA congregó en 1977 a la plana mayor del nuevo cine alemán: Fassbinder, Alexander Kluge, Volker Schlöndorff... Hasta once realizadores levantan acta de la atmósfera de extrema conflictividad que vivía el país en este documento apresurado y caleidoscópico a caballo entre la ficción y el documental, modelo de film colectivo por el que desfilan el colapso emocional de los setenta, la herencia de la culpa nazi o el mito antiautoritario de Antígona. Fassbinder nos ofrece aquí un descarnado retrato de sí mismo y de su autocomprensión como cineasta. "Yo hago películas, no pongo bombas", dirá fuera de sí, mientras discute con su amante, su madre y la actriz Ingrid Caven, en una paráfrasis en carne viva de aquella frase de Roth: la historia entra en nuestras vidas como entraría un caballo desbocado en nuestro salón, pero es con éste y no con aquélla con quien tenemos que apañárnoslas. La edición coincide con la exposición sobre la RAF que ha tenido lugar en Berlín. Su principal virtud era contrastar el papel del arte frente a la actualidad entendida como "estado de excepción", un ejercicio que sitúa la confluencia de cine, política y realidad no sólo ante el descrédito de la ficción, sino también ante la pulsión perversa de que a veces adolece el documental: quedar reducido a mera contrafigura del imaginario mediático y su chata noción de verdad. **Isaac Monclús**



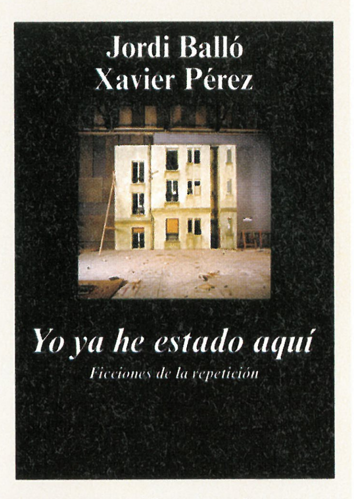
BAZAR LIBROS



POR: LESLIE KANE ED.
EDITA: ALBA EDITORIAL. BARCELONA, 2005

Conversaciones con David Mamet

Una obra bien hecha por gente que hace bien su trabajo ya de por sí podría poner de buen humor al dramaturgo, guionista y realizador David Mamet. Pero si además, el objeto de la obra es él, un hombre obsesionado con la idea de ejercer su oficio a la perfección y admirador de los profesionales que así lo hacen, esa obra se convierte en una dedicatoria perfecta. "Como dijo Sherwood Anderson, un hombre que tiene un oficio es un hombre que puede decirle a resto de mundo que se vaya al infierno", constata el realizador. Ésta y muchas otras cosas se dicen en *Conversaciones con David Mamet*, una recopilación de 26 entrevistas seleccionadas y editadas por Leslie Kane que, ordenadas cronológicamente, ofrecen un fascinante recorrido por la carrera del dramaturgo y cineasta estadounidense, además de una gran muestra del mejor periodismo. Entre preguntas y respuestas, el lector puede introducirse en el mundillo cultural neoyorquino de los setenta, atravesar coloquios a lo Garci, vagar entre los personajes pedantes de Woody Allen, asistir a una entrevista-reto a cargo de John Lahr, crítico teatral de 'The New Yorker', contemplar cómo las gastan con Mamet los del 'Playboy', y ver cómo el cineasta se desenvuelve en el Show de Charlie Rose. Cuando el recorrido acabe, habrán pasado 23 años y una constante siempre será la misma, la forma en que Mamet subraya su condición de escritor. Acérrimo seguidor de las tesis aristotélicas y admirador de Samuel Beckett y Harold Pinter, Mamet habrá dejado sobre el papel otra conversación brillante y muy pedagógica sobre estructuras narrativas, métodos de interpretación y escritura y formas distintas de abordar la creación en teatro y en cine. Sin duda, una valiosa lección. **María Lavilla**



POR: JORDI BALLÓ Y XAVIER PÉREZ
EDITA: ANAGRAMA. BARCELONA, 2005.

Yo he estado aquí. Ficciones de la realidad

Jordi Balló y Xavier Pérez llevan desde 1995, con la publicación de *La semilla inmortal. Los argumentos universales en el cine* (Empúries, 1995 - Anagrama, 1997), investigando en las piezas maestras que mueven el audiovisual contemporáneo. En aquel primer volumen repasaban una serie de argumentos recurrentes que han configurado las narraciones básicas de las que se nutre el cine y la televisión. En su segunda obra de estas características, *Imágenes del silencio. Los motivos visuales en el cine* (Anagrama, 2000), Balló en solitario taxonomizaba las imágenes-tipo que acababan aterrizando en muchas obras cinematográficas a través de encuadres recurrentes. Ahora, nuevamente al lado de Xavier Pérez, abundan en la clasificación de argumentos universales, pero esta vez a través de sus mecanismos estructurales: la repetición y la serialidad como cimiento de universos visuales reconocibles que se extienden en el tiempo más allá del cine. En *Yo ya estado aquí* caben reflexiones sobre el universo doméstico de Sherlock Holmes, la saga de *El Padrino*, la apropiación de universos ajenos como ocurría en el cómic *El príncipe Valiente* con la legendaria Camelot, el celibato como elemento conformador de la duración en antena de *Bonanza* o las comunidades viciosas en series como *Twin Peaks* o *The Kingdom*. Las series de televisión, tan en boga entre los espectadores más ávidos de ficción de calidad, son las grandes protagonistas del libro. A la luz de este volumen –y de los dos anteriores–, podríamos poner en duda la noción de genialidad, el falso valor de la originalidad como activo en una obra y los parámetros con los que consideramos la bondad artística del audiovisual.
Ramón Ayala

ORGANIZA:

Ayuntamiento de Gijón



PATROCINAN:









COLABORAN:



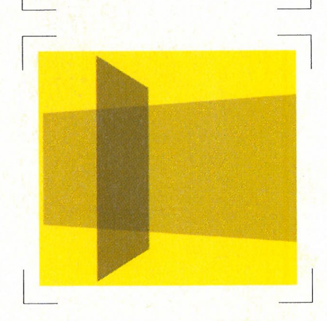


43 FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE GIJÓN

del 24 de noviembre al 2 de diciembre de 2005

GAMES

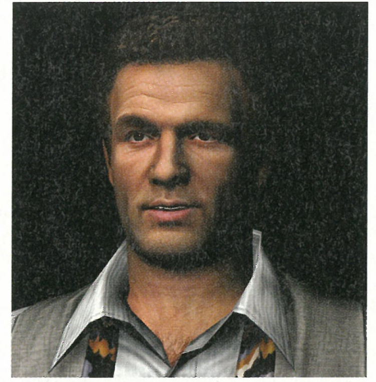
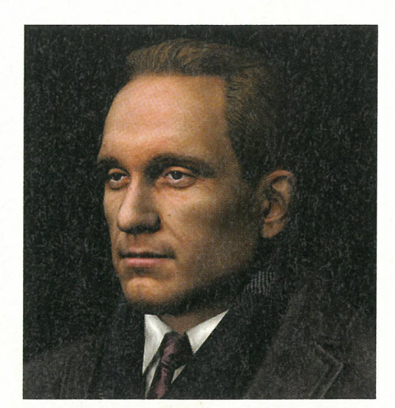
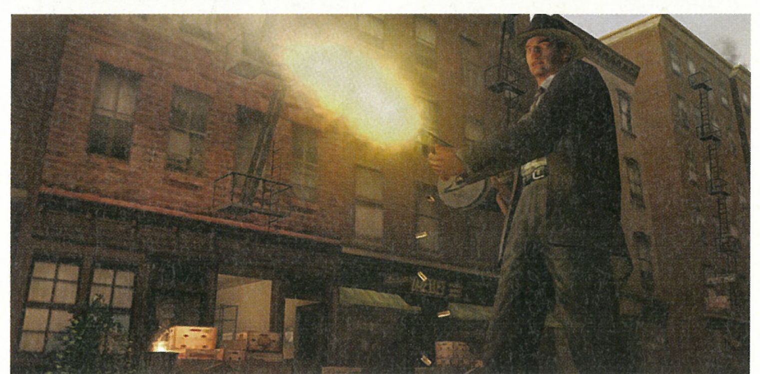
VIDEOJUEGOS_
PLATAFORMAS_
INTERACTIVIDAD_



SELECTOR:
-JORDI SÁNCHEZ NAVARRO
(BARCELONA, 1969)
INVESTIGADOR Y
TEÓRICO DE LOS MEDIA.
PROFESOR DE LA
UNIVERSITAT
RAMON LLULL
(BARCELONA).

ArtFutura es un videojuego.

VIDEOJUEGO. 'THE GODFATHER' DE EA REDWOOD SHORES.
HTTP://WWW.EAGAMES.COM/OFFICIAL/GODFATHER/GODFATHER/US/HOME.JSP

Las recreaciones de Marlon Brando, James Caan y Robert Duvall en 'The Godfather'.

Una oferta que no podrás rechazar

 **Redacción**
redaccion@scope-magazine.com

EA Redwood Shores lleva meses enfrascado en uno de los proyectos que más ha dado que hablar en los últimos tiempos: *The Godfather*, la versión interactiva de *El Padrino*. La novela de Mario Puzo y la ya clásica saga de Francis Ford Coppola sirven de punto de partida a un nuevo videojuego, en el más puro estilo GTA –es decir, variedad de misiones políticamente incorrectas, libertad de movimientos y escenarios inabarcables–, en el que tendrás que ganarte el respeto de la familia Corleone para convertirte en el nuevo "padrino". Mientras revive algunas de las escenas más famosas de la trilogía, el jugador deberá ir cumpliendo las misiones de rigor: participar en ataques a bandas rivales o una infinita gama de extorsiones.

Y en un juego de esta categoría no pueden faltar las voces famosas. Así que algunos de los actores de la trilogía de Coppola han cedido su imagen y su voz (previo paso por caja) para dar una mayor veracidad al juego. Es el caso de James Caan en el papel de Sony Corleone o Robert Duvall como el *consigliere* Tom Hagen (Al Pacino se negó a formar parte del proyecto). Incluso el mítico Marlon Brando, antes de su fallecimiento, cedió sus derechos de imagen a EA y realizó una sesión de doblaje. Sin embargo, buena parte de sus grabaciones ha sido descartada por su baja calidad. Quién no parece estar muy contento con esta adaptación es Coppola. "Es sólo gente matándose una a la otra", dijo en una entrevista donde también afirmó que "no sólo nunca di mi aprobación para hacer algo así, sino que ni siquiera Paramount me consultó al respecto. Me habría parecido una mala idea. No tiene nada que ver con la trilogía que dirigí. Es mucho más violento que mis films". El videojuego verá la luz en marzo de 2006 para Xbox, PlayStation 2 y PC. La versión para consolas de próxima generación aparecerá posteriormente.

PROYECTOS. VÍDEOJUEGOS A PARTIR DE PELÍCULAS.
WWW.IGN.COM



'King Kong'. El gran simio quiere entrar en tu casa.

No todo es juego



Jordi Sánchez Navarro
jordisancheznavarro@gmail.com

La retroalimentación intertextual entre *blockbuster* cinematográfico y videojuego es ya una estrategia de mercado absolutamente consolidada. Cada año aparecen, de forma simultánea, o con un calculado *décalage*, una decena de videojuegos basados en los films de presumible éxito. Los Harry Potters, las entregas de juegos basadas en películas Disney o las explotaciones inmisericordes de franquicias cinematográficas nos han acostumbrado a un fenómeno más comercial que social o cultural, un fenómeno que da tanto que hablar como poco que jugar. En estos meses finales de 2005 han visto o verán la luz el juego sobre *King Kong* (la nueva película de Peter Jackson que se estrena a mediados de diciembre) o la adaptación del *blockbuster* local *Torrente 3. El Protector* (Santiago Segura, 2005), mientras, por otro lado, se habla de la adaptación cinematográfica de *Halo* (que producirá el nuevo rey Midas de Hollywood Peter Jackson y a la que todavía no se ha asignado director) como uno de los títulos punteros de la nueva temporada cinematográfica. Cine y videojuegos van de la mano, son familia, se retroalimentan; no hay más que hablar. Más interesante nos parece la avalancha de proyectos basados en películas de culto, como *Scarface: The World Is Yours*, *The Warriors*, *Dirty Harry* o *The Good, the Bad and the Ugly*, juegos que aparecen sin el reclamo de un *blockbuster* en cartelera y que se toman en serio la incierta misión de, por ejemplo, convertir a Clint Eastwood en un icono para las nuevas generaciones de jugadores. La crítica y buena parte del público consumidor acogerán con simpatía esta nueva tendencia; al fin y al cabo, ambos sectores están hoy integrados en buena parte por personas que disfrutaron esas películas. Pero un par de preguntas acuden a nuestra mente con la fuerza de una obviedad: ¿aportarán esos juegos algo más que ver y "manejar" clones poligonales de infinito realismo de Al Pacino o Clint Eastwood?, ¿cuántas diferencias habrá entre *Scarface: The World Is Yours* y los insuperables juegos de la saga *Grand Theft Auto*? Y la pregunta con bonificación extra: ¿Cuánto se desplazará *The Good, the Bad and the Ugly* del canon fijado el año pasado por Rockstar con su western crepuscular *Red Dead Revolver*?

JUEGO EN LÍNEA. 'WORLD OF WARCRAFT'.
WWW.WORLDOFWARCRAFT.COM





'World of Warcraft'.

El juego on line que te premia por tener vida propia



Javier Candeira
http://hiperactivo.com

El atareado jugador de videojuegos multijugador masivos es a menudo víctima de su propia diversión. Al ser mundos persistentes, estos juegos exigen todo el tiempo de uno para acabar las misiones. Por eso, *EverQuest* recibe el sobrenombre de *EverCrack*. Sin embargo, *World of Warcraft (WoW)* es un juego más colorista y accesible. Mezcla los elementos reconocibles del género fantástico con sentido del humor... y mayor comprensión con las vidas privadas. En los niveles superiores de *WoW*, la experiencia de los personajes crece más rápido si el jugador está desconectado. La metáfora podría ser que el personaje se recupera cuando descansa, pero el mensaje de los diseñadores de Blizzard a sus usuarios está claro: les están premiando por no jugar, por tener vida propia fuera del juego. Los jugadores vuelven contentos, porque no es una experiencia agotadora. Un juego que ofrece tal confianza merece que se le dedique más atención.

Incluso en Arcadia hay codicia



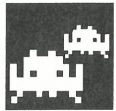
opinión

JAVIER CANDEIRA
ESCRIBE SOBRE CULTURA Y POLÍTICA DIGITALES

El país de Norrath tiene una economía saludable: en 2001, su producto interior bruto per cápita era de 2.262 dólares al año y el salario medio eran 3,62 dólares a la hora, lo que lo situaba entre Rusia y Bulgaria. Cifras inauditas para un país que no existe más que en el interior de un videojuego. Norrath es el país de los videojuegos *on line EverQuest* y *EverQuest II*. Sus diseñadores han incorporado a su la mecánica sistemas de propiedad inmobiliaria y todo tipo de objetos, todo ello intercambiable por dinero ficticio. Y las reglas de la oferta y la demanda han hecho que todo en el juego haya acabado teniendo un precio real, externo, en dinero contante y sonante. El resultado es un mercado donde es posible comprar tierras en Ultima Online a través del sitio de subastas eBay (115 dólares por un terrenito más un millón de piezas de oro) y donde la empresa TEK Gaming pone anuncios en Google ofreciendo medio millón de unidades de platino de *EverQuest* ¡por tan sólo 171,95 dólares!. Sony, que entre su una decena de juegos distintos mantiene *EverQuest*, *Matrix Online* y *Star Wars Galaxies*, ha iniciado su propio servicio de intercambio de moneda virtual, Station Exchange, para evitar el fraude y la inflación, y también para llevarse un pellizco. El servicio de Sony sólo funciona entre sus juegos, así que independientes como IGE.com y GameUSD.com dan el mismo servicio entre juegos de distintas empresas. Donde hay dinero hay picaresca, y en los juegos *on line* también: otro cambista virtual llamado Open Gaming Market recurrió al FBI tras sufrir una estafa de 3.000 dólares. Otros hacen trampa programando "bots" o robots-jugadores que "cosechan" oro virtual por ellos mientras duermen o están en el trabajo. Y también hay explotación: en México se han encontrado maquiladoras virtuales donde los trabajadores, armados de varias cuentas en varios ordenadores, cosechaban oro virtual para vender. Lo cual sólo es rentable si los trabajadores cobran bastante menos de los 3,62 dólares a la hora que produce un jugador de EverQuest.

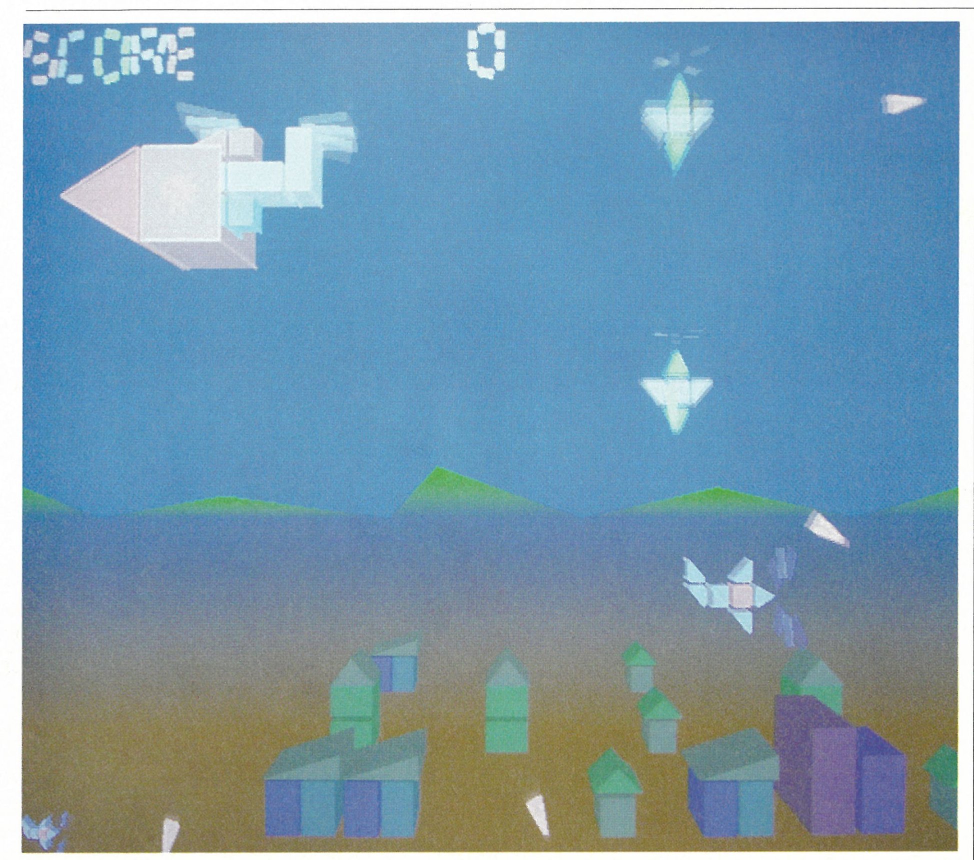
GALERÍA



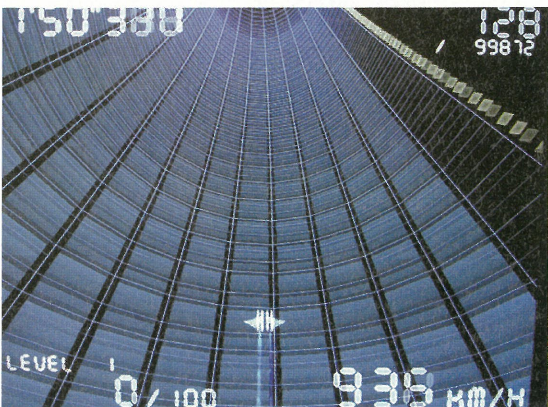


Kenta Cho
PROGRAMADOR DE VIDEOJUEGOS

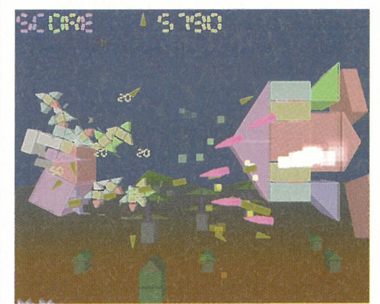
JUEGOS

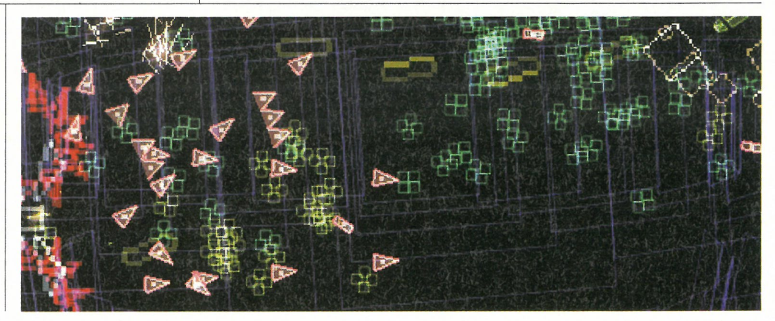






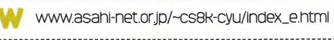






Kenta Cho: abstracto y peligroso

En las entrevistas al programador japonés Kenta Cho hay una pregunta común: "¿Ha recibido propuestas para unirse a la industria?". La respuesta, desafiante, es siempre la misma: ni la industria muestra interés en su trabajo, ni su trabajo en la industria.
Kenta Cho exhibe un talento virgen que sólo él se encarga de ir explorando, reconstruyendo los iconos y la mecánica de los videojuegos clásicos con un estilo personal, a medio camino entre la necesidad técnica y la elección estética. Influidos por los matamarcianos abstractos de última generación, como *Ikaruga* y sobre todo por el magistral *Rez*, los juegos de Kenta Cho son reconocibles al instante: gráficos retrovectoriales –como imaginaban en los ochenta que serían los noventa–, música machacona conceptual –una catedral sonora de caos galáctico– y argumento cero.
Kenta Cho ha jugado mucho. Tiene tan asimilados los resortes narrativos de un género (el matamarcianos), cuyas bases son inmutables desde hace veinticinco años, que le resulta fácil traicionarlos y fortalecerlos. Su ambición se orienta, en la práctica, hacia una dirección diametralmente opuesta a la habitual: elimina todas las piezas del puzzle videojueguil excepto una. La analiza, la pone bocabajo y arma el puzzle a partir de ahí. Por ejemplo, en *A7Xpg*, el más simple de sus juegos, sólo se tiene que escapar de los perseguidores en un recinto cerrado, efectuando maniobras evasivo-ofensivas. La estrategia del cobarde como alternativa. En *TUMIKI Fighters*, se controla una nave que es atacada por inmensos enemigos: cuando son alcanzados, se descomponen en fragmentos que la nave del jugador puede adosar a su casco, quedando más protegido y, a la vez, más vulnerable. Sus juegos más conocidos, los bellos *rRootage* y *Noiz2sa*, premian esquivar más que agredir, y suponen una agradable vuelta de tuerca al gastado concepto de "enemigo de fin de fase".
Kenta Cho se está convirtiendo en el último artesano alejado de una industria incapaz de devorarlo. Y en una época en la que las consolas portátiles y los juegos para móviles favorecen el retorno a los entretenimientos digitales y fugaces, Cho va camino de ser imprescindible. Aunque le pese. **Pedro Berruezo**



VIDEOJUEGOS 'ANOTHER CODE' Y 'FAHRENHEIT'.
WWW.NINTENDO-EUROPE.COM & WWW.FAHRENHEITGAME.COM





Un género con un tremendo futuro



Jordi Sánchez Navarro
jordisancheznavarro@gmail.com

Desde hace ya unos años, uno tiene la sensación de que la aventura gráfica es un género al borde del precipicio. Su pasado glorioso y su nutrida tropa de entusiastas no ha impedido que, hoy por hoy, sea inimaginable que una aventura ocupe los primeros puestos de una lista de ventas. Por otro lado, parece haber acuerdo sobre el hecho de que la aventura es algo así como el género noble del entretenimiento digital. La unión de ambos factores no deja de tener sus ventajas: liberado desde el inicio de la grosera necesidad de vender muchos millones de copias, cualquier equipo que se embarque en el desarrollo de una aventura lo hace con la brújula apuntando al polo de la pasión. Dos aventuras nos han sorprendido últimamente: *Another Code*, de Nintendo para su portátil DS, y *Farenheit* de Quantic Dream, publicado por Atari para varias plataformas. Ambos juegos tienen buenas historias, ambos son entretenidos y gozosos –si bien *Another Code* es más breve y anecdótico– y, lo que más nos interesa, ambos plantean interesantísimas vueltas de tuerca al modo en que el género venía usando la inferfaz.

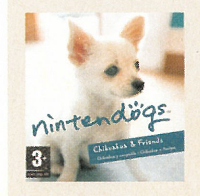
¿QUIÉN ES ASHLEY?

En *Another Code* el jugador tiene como avatar a la jovencita Ashley –una jovencísima heroína de rasgos manga– y ha de resolver un misterio mínimo: encontrar a su padre (presuntamente muerto) y desenredar, con ese hallazgo, el enigma de su identidad. Para ello, el jugador en la piel de Ashley se ve obligado a recorrer escenarios limitados pero pefectamente definidos, resolver enigmas y puzzles de dificultad variable –casi siempre muy asequibles– y sobre todo abandonarse a un flujo narrativo lineal que esconde algún que otro giro de guión de los que hacen aflorar emociones. La belleza y la sorpresa de *Another Code* nacen del inteligentísimo uso que los desarrolladores hacen de las características técnicas de la Nintendo DS. Mientras en la pantalla superior el juego va mostrando el mundo a través de atractivas imágenes detenidas, el jugador debe manipular la pantalla táctil para resolver puzzles, sin descartar ningún uso de la consola: es conveniente saber, por ejemplo, que el micrófono integrado de la máquina no sólo sirve para hablar.

UNA PELÍCULA INTERACTIVA

Farenheit, por su parte, es un thriller sobrenatural escrito y dirigido por David Cage, cuya noble intención es la de erigirse en punto de partida de una nueva forma de entretenimiento digital: la película interactiva. No hay, a propósito de *Farenheit*, debate posible sobre narratividad y ludicidad, puesto que no es ni una película con partes jugables ni un juego con abundancia de secuencias cinemáticas, sino un híbrido consciente que combina diversas formas de juego –el mecanismo de exploración propio de la aventura, algunas secuencias de acción que hacen que el jugador se mantenga alerta y con el gatillo a punto– con un impresionante desarrollo lúdico y narrativo focalizado en tres personajes manejables, y que incluye, nada más y nada menos, que un *flashback* jugable. Gracias a proyectos como *Farenheit*, la aventura gráfica puede seguir siendo la aristocracia del *software* lúdico durante años. Queremos más juegos (películas) de David Cage.





EDITA:
NINTENDO
PLATAFORMA:
NINTENDO DS



Nintendogs
Juego para Nintendo DS

1. El juego del que todo el mundo habla y que todo el mundo va a jugar: desde los Estopa hasta los reyes de lo *cool*, pasando por niños y padres sin tiempo libre, todo el mundo quiere su perrito virtual. Evolución ultrasofisticada de los Tamagochi, *Nintendogs* es lo último en simulación. Dejemos para los *geeks* radicales el *Flight Simulator*, abandonemos a su suerte por un momento a nuestros diez personajes de *Los Sim*. Por fin llega un juego donde toda la estrategia se reduce a acariciar la papada peluda de nuestro cachorro y a lanzar el huesecillo al otro lado del parque. **JSN**



DISTRIBUYE:
KONAMI
(IMPORTACIÓN)

Gradius V Official DVD: The Perfect

2. La frase es tan buena que se la plagiamos a 'Wired': "¿Qué es más chulo que jugar a videojuegos? Ver jugar a gente que es mejor que tú". Si eres de los que gusta de descargar vídeos en baja resolución donde los ases del *shooter* destruyen con tanta pasión como inteligencia todo lo que está a su alcance, disfrutarás con un DVD como éste: un delirio de material gráfico comentado y varios vídeos en busca de la partida perfecta. Sólo puede adquirirse *on line* y sólo es apto para sibaritas de la experiencia estética y para cazadores de tendencias. **JSN**



ALCINE35

festival de cine de alcalá de henares / comunidad de madrid

11/19 noviembre 2005

LA VIDA ES CORTA

CERTÁMENES DE CORTOMETRAJES, LARGOMETRAJES Y VÍDEO.
RETROSPECTIVAS, EXPOSICIONES, PUBLICACIONES Y FIESTAS.

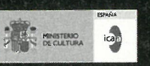
WWW.ALCINE.ORG

diseño bolaextra. fotografía pedro vikingo



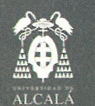






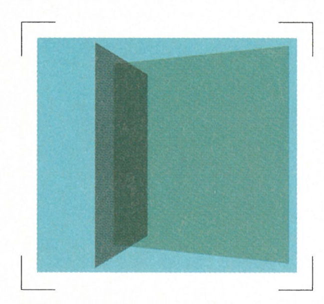






DISEÑO

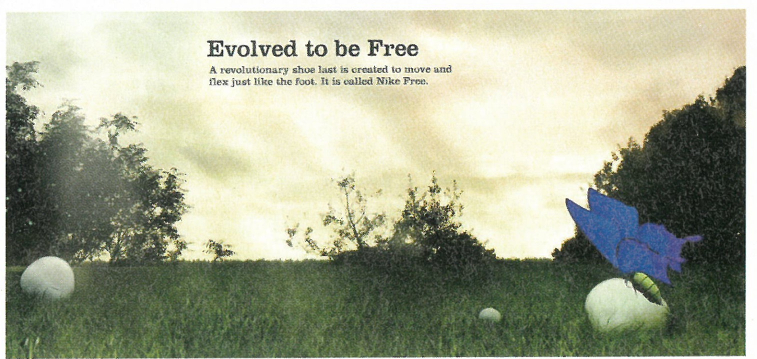
COMUNICACIÓN VISUAL_
SPOT_
CAMPAÑA_
MOTION GRAPHICS_
DISEÑO INDUSTRIAL_
INTERIORISMO_

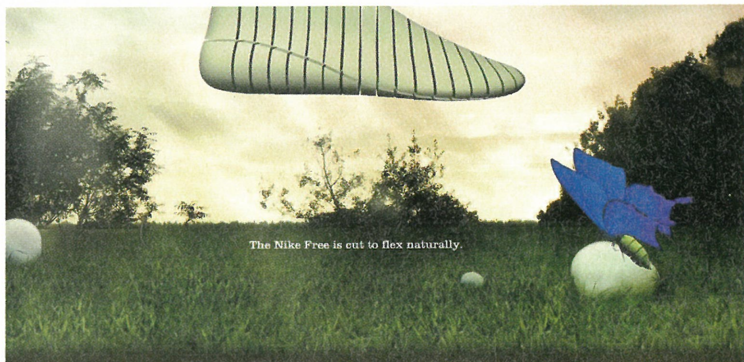


SELECTOR:
-JORDI DURÓ
(BARCELONA, 1971)
DISEÑADOR GRÁFICO
(WWW.JORDIDURO.COM).
ArtFutura es diseño

PROYECTO. NIKELAB: 'DESIGN BY NATURE'.
WWW.NIKELAB.COM

Explore the anatomy of Nike Free





Imágenes de la web de 'Design by Nature' de NikeLab.

El laboratorio de Nike y el underground permeable

Redacción
redaccion@scope-magazine.com

Las fronteras entre net.art, publicidad y juego cada día están menos claras. Los conceptos se difuminan entre sí y, claro, la industria más inquieta ha captado el movimiento para usarlo, llamada por la capacidad de internet de impactar en públicos objetivos muy concretos y un ancho de banda más bondadoso con el usuario. Grandes marcas montan campañas con adictivos juegos *on line* en 3D. Sin ir más lejos, en su NikeLab, un espacio de ocio interactivo en internet para mayor gloria de la marca deportiva, Nike lo ha llevado a término para promocionar una línea deportiva basada en jugadores de la NFL. Además, ha empezado a publicar a artistas comisionados para plasmar lo que según ellos es la velocidad, la imagen obsesión de Nike. El proyecto se llama *Art of Speed* y entre sus artistas invitados están Saiman Chow y Han Lee, Associates in Science y Yugo Nakamura (ver galería de su obra independiente en esta misma sección). Artistas experimentales que, en su mayoría, se han movido en el *underground* cibernético. Gracias a estas campañas, saltan al *mainstream* y se abre un resquicio de esperanza para la introducción de propuestas digitales alternativas en las grandes producciones de publicidad.

La última audacia de Nike es la campaña de las Nike Free, unas zapatillas pensadas para conseguir la sensación de caminar descalzo. En la red se ve apoyada por la obra/campaña/remanso de paz cibernético *Design by Nature*. John Leigh se encarga del diseño de la interfaz, y Karen Ingram, Kevin Hulsey y el grupo Meikyo-Shisui, con Hajime Matsuda a la cabeza, del resto. El *site* tiene una imagen pastoril y preciosista en una interfaz perfectamente adaptada al mensaje de ligereza y libertad de movimientos del producto. Lo mejor de la tele era la publicidad; en internet empieza a serlo gracias a las ganas de aventura, sorpresa e innovación.

DISEÑO DE SUPERFICIES. LOTTA JANSDOTTER.
WWW.JANSDOTTER.COM



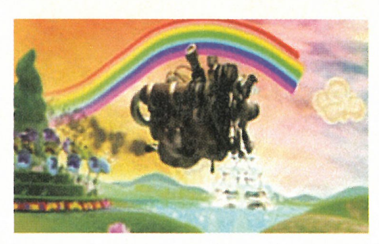
El lenguaje de la inocencia


Teresa Domingo
teresa@periodistes.org

Diseño escandinavo, con el toque cosmopolita de San Francisco y cierta influencia japonesa: parece un cóctel imposible, pero define los diseños artesanales serigrafiados de Lotta Jansdotter. Nacida en Finlandia, educada en Suecia y residente en San Francisco, Jansdotter resulta una combinación de diseñadora textil, diseñadora de producto e ilustradora. Ella prefiere denominarse diseñadora de superficies porque crea "modelos y motivos que pueden usarse e imprimirse en todo tipo de superficies: tejidos, cerámica, moqueta, papel". Su trabajo se concreta en bolsos, artículos de escritorio, textiles para el hogar, vajillas o pantallas para lámparas que Jansdotter comercializa bajo su propia marca, fundada hace diez años en San Francisco. Estos productos, elegantes pero cálidos, aúnan la admiración por la naturaleza con el estilo urbano moderno. El equilibrio entre estos dos mundos está presente en sus diseños orgánicos, que respiran simplicidad. Mejor dicho, dos tipos diferentes de simplicidad. Por un lado, la claridad del diseño escandinavo. De hecho, algunas de las serigrafías de Jansdotter siguen la estela de Marimekko, la firma finlandesa que crea textiles de vanguardia desde los años cincuenta. Y por otro, la sencillez de la estética de Japón, un país donde Jansdotter despierta entusiasmo. La propia diseñadora explica que "los japoneses sienten cierta conexión con mis diseños. Hay algo japonés en ellos, aunque a la vez son muy europeos. Esta combinación resulta atractiva para los japoneses". El color desempeña un rol esencial en las superficies de Jansdotter, quien disfruta experimentando con los tonos y matices. Sin embargo, entre sus fuentes de inspiración destacan "los colores pálidos y callados" de la Suecia donde creció, porque reconoce que sus trabajos "se traducen y hablan mejor en ciertos colores". Quizá por eso presume de no seguir demasiado las modas. "Algunos de los modelos que creé hace diez años aún son muy populares", concluye Jansdotter.

CAMPAÑA. HONDA
WWW.HONDA.ES/HATE





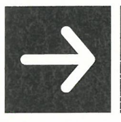
¡¡¡Grrrrrrrrrrrrrrr!!!


Tomás Gui
guitomas@yahoo.es

En cualquier momento crees que aparecerán los Teletubbies correteando y canturreando. Pero, alivio. Estás frente a la campaña galardonada con el gran premio del Festival Internacional de Cannes 2005. El *spot* para los nuevos motores diesel de Honda. Un mundo idílico recreado en dibujos animados donde los motores diesel de toda la vida son eliminados para dar paso a unos más silenciosos y ecológicos. Un mundo perfecto donde las cosas que se odian simplemente se cambian. Bajo un eslogan que no deja indiferente, "Hate something, change something", la agencia londinense Wieden+Kennedy vuelve a triunfar con una campaña brillante. Honda está apostando por la creatividad. Y eso se nota en los festivales. Ya lo dejó claro hace dos años con su *spot* para su modelo Accord, donde la reacción en cadena de diferentes partes del automóvil ponía en marcha el coche. A pesar de la polémica que suscitó en su momento –se acusó a la agencia de plagiar el corto *Der Lauf der Dinge*, (*The Way Things Go*) dirigido por Peter Fischli y David Weiss en 1987–, no se ha logrado frenar el éxito de la campaña en numerosos festivales publicitarios. El éxito del *spot* de los motores diesel de Honda también se puede medir por los cientos de miles de páginas en internet que lo muestran. Vale la pena verlo.



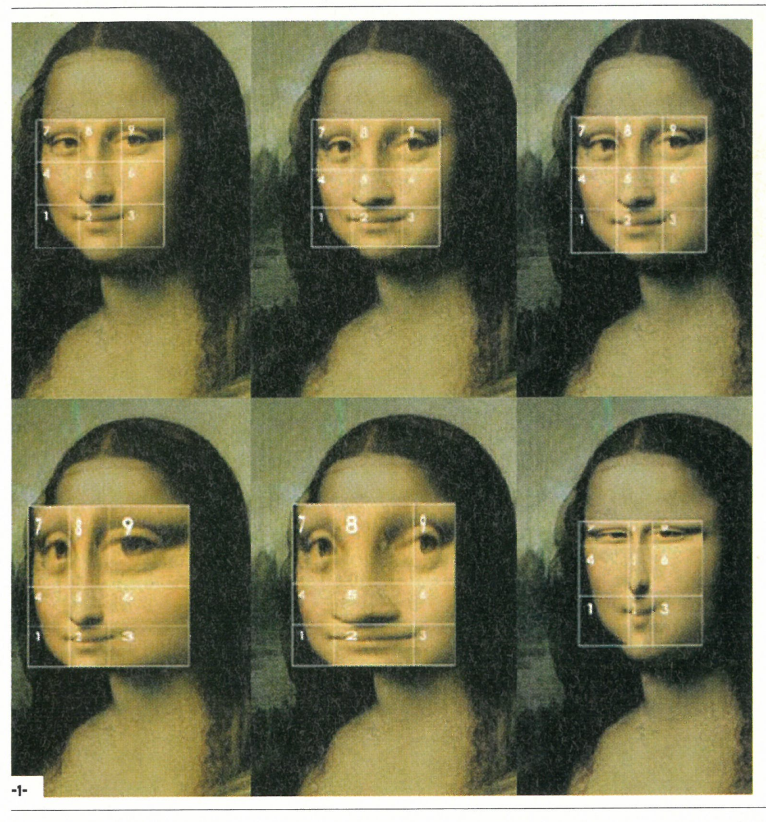
GALERÍA

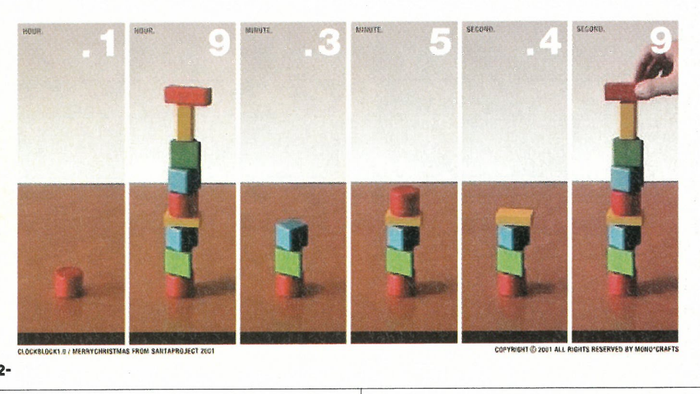




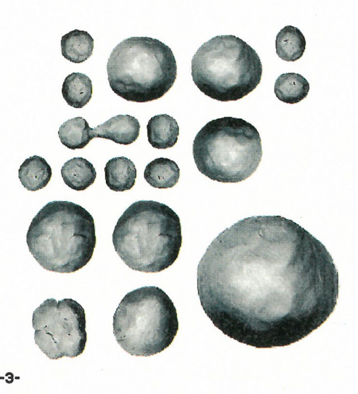
Yugo Nakamura
DIRECTOR CREATIVO

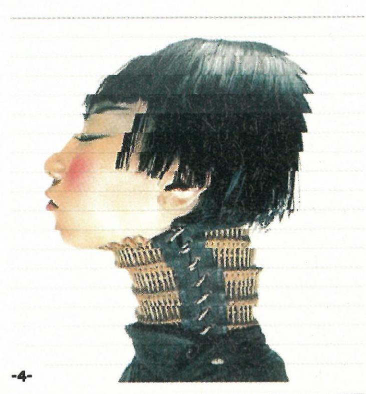
DISEÑO

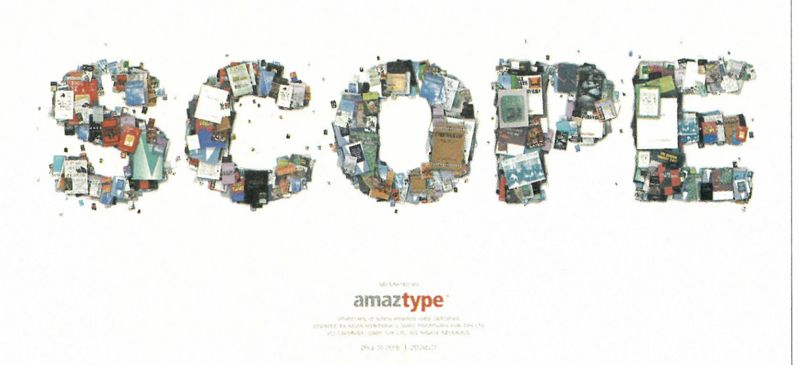

-1-



-2-


-3-


-4-



-5-



-6-


-7-

Cuando diseño, arte y tecnología van de la mano

El japonés Yugo Nakamura es una de las figuras internacionales más prestigiosas del diseño digital, un auténtico mago del diseño web con Flash. Discípulo de John Maeda, el célebre teórico creativo del Media Lab del MIT (Massachusetts Institute of Technology), Nakamura (www.yugop.com) emplea el ordenador como catalizador de creatividad más que como instrumento funcional. Sus estudios de ingeniería y su pasado como arquitecto de exteriores aumentan aún más su visión del diseño más allá de lo habitual. Invitado de lujo en la pasada edición del OFFF (Festival de arte digital y música electrónica de Barcelona: www.offf.ws), Nakamura ha expuesto en el Centre Pompidou de París y en el Design Museum de Londres. Éstos son algunos de sus principales trabajos: **-1-** *Nervous Matrix on Mona Lisa*: una aplicación para deformar a tu antojo la cara del célebre cuadro de Leonardo da Vinci, con nueve áreas que corresponden a ojos, nariz y boca. **-2-** *Clockblock 1.0*: uno de sus originales relojes para ordenador con juegos visuales tan brillantes como éste: por cada segundo que pasa aparece una mano colocando una pieza hasta llegar a nueve, para luego volver a empezar desde cero. **-3-** *Claygrid*: un juego con bolas de barro que se van dividiendo entre sí. **-4-** *Kiriya*: imágenes segmentadas por franjas que al pasar el ratón por encima se mueven a tu antojo deformando la composición original. **-5 y 6-** El extraordinario *Amaztype*, una poética forma completamente diferente de descubrir libros en la Red. En este ejemplo, al introducir la palabra "scope", la aplicación rastrea por Amazon todos los libros que la contengan en la portada y con ellos configura la palabra. **-7-** *Clocksphere:* una esfera llena de relojes digitales móviles. **Redacción**

SPOT. MILLER.
WWW.MILLERBEER.COM

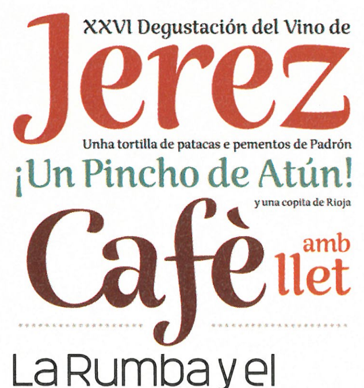


Pedaleando cuesta abajo

Nacho Herrero
hecape@eresmas.com

El primer *spot* de la agencia Mother para Miller narra la historia de un joven que va con su bici a comprar cerveza a la tienda. Lo curioso y original de todo esto es que al ir el camino recorrido es cuesta abajo, y al volver el camino vuelve a ser cuesta abajo. Finalmente, terminamos con la sobreimpresión del eslogan "genuinamente fácil". Estamos ante un tipo de *spot* que últimamente predomina más de lo deseable. En el afán de las marcas por encontrar ventajas diferenciadoras ante la exagerada proliferación de productos idénticos entre sí, hemos llegado a extremos surrealistas. Y es que, a pesar de encontrarnos ante una cinta bien realizada y una situación mejor narrada, no podemos olvidar que estamos ante un anuncio que sirve para vender un producto, un producto que tiene que ser diferente a los demás para que nos parezca apetecible.
Y, claro, como ya tenemos la cerveza que hace amigos, la cerveza con cuerpo, la del sabor, la cerveza sin alcohol, la rubia, la negra e incluso la verde, la americana, la alemana y la patria... ¿qué queda? En fin, que seguramente mañana tendremos la cerveza del Estatut, pero como en el Reino Unido no tienen la suerte de contar con un tema tan recurrente, han tenido que sacarse de la manga "la cerveza fácil". Y yo me pregunto, sinceramente, ¿qué debe de ser eso de la "cerveza fácil"? Aunque puede que el error sea mío, por hacerme yo esta pregunta, probablemente sería todo mucho más fácil si me dejase seducir por una imagen, una música y una narración original de una situación no menos original. Sí, eso sería "genuinamente fácil".

TIPOGRAFÍA. RUMBA.
WWW.COSMIC.ES



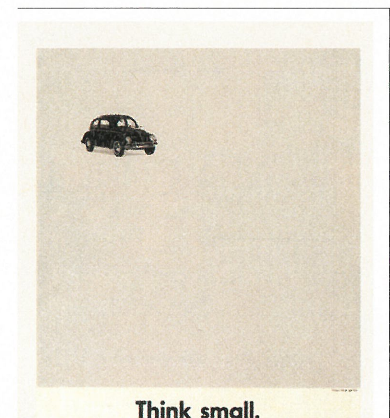
La Rumba y el tiempo recobrado

Ramón Ayala
rayala@scope-magazine.com

El proyecto final del posgrado de diseño tipográfico que Laura Meseguer (Barcelona, 1968) cursó en La Haya fue la fuente Rumba, basada en la escritura manual y la caligrafía y premiada en la última edición del Type Directors Club de Nueva York.
La tipografía es la obra de madurez de una autora que anteriormente había experimentado con el dibujo de sus tipografías en el colectivo Type-Ø-Tones. Rumba es un proyecto, según Meseguer, destinado "para utilizarse en las lenguas que hablamos en nuestro país". Para lo que se ha dedicado especial atención a ligaduras, acentos y caracteres especiales existentes en ellas.
Es una obra fresca de identidad mediterránea que entronca, si se lee históricamente, con la vieja aspiración de tipografistas exiliados tras la Guerra Civil como el ilerdense Enric Crous-Vidal bajo los auspicios del impresor y editor de 'Caractère Noël', el francés Maximilien Vox.
Es precisamente la generación de Laura Meseguer y Andreu Balius (también premiado en esta edición del Type Directors Club con su digitalización del Super Tipo Veloz junto a Alex Trochut) la que recupera consciente o inconscientemente aquel proyecto de una tipografía de carácter latino que quedó truncado medio siglo atrás, a pesar de haberse mostrado punk en sus primeras obras. Testigo recogido, tiempo recobrado.

W
www.letterror.com
www.type-o-tones.com
www.tdc.org
www.neufville.com/Designer/CROUSVID.htm

BAZAR



POR: CLIVE CHALLIS
EDITA: THE CAMBRIDGE ENCHORIAL PRESS
AÑO: 2005

Helmut Krone. The Book.

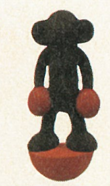
1 Una imagen y una idea plasmada en texto es lo único que le hacía falta a Helmut Krone para vender un producto gráficamente. Sus campañas, aprovechando la desventaja de ser la compañía número dos del mercado, para Avis o su responsabilidad en la introducción de un utilitario pequeño, el Volkswagen escarabajo, en el mercado automovilístico estadounidense cambiaron para siempre el mundo de la publicidad. Su trabajo era muy simple. Tanto, que incluso se podría cuestionar si había habido un director gráfico en la campaña. Sin embargo, fueron éstas las que han sido estudiadas hasta la saciedad por su efectividad. Hay en su obra una voluntad por desaparecer como creativo, un elogio a la sobriedad y la economía de medios, la herencia cultural de la Bauhaus aplicada a la imagen cotidiana, a la disposición de la página. Krone puede ser inscrito como uno de los máximos representantes de la escuela neoyorquina de the Big Idea junto con George Lois, el autor de las rompedoras portadas de 'Esquire'. El trabajo tardío de Krone, menos estudiado que su período clásico de 1954 a 1969 en la agencia Doyle Dane Bernbach, o sus proyectos pictóricos y arquitectónicos también forman parte de este volumen rico en información que se antoja imprescindible por su densidad de ideas y su carácter totémico. La piedra Roseta de la publicidad. **RA**



POR: PUÑO
EDITA: BLUR EDICIONES
AÑO: 2005

Yo leo

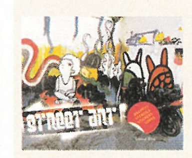
2 Este librito del ilustrador Puño es parte de la colección 'ilustrados' en que diseñadores e ilustradores dan rienda suelta a su creatividad. La propuesta resulta refrescante tanto por la accesibilidad e inmediatez del formato y el precio como por dar cabida al trabajo de un ilustrador muy prometedor. *Yo leo* reúne a un grupo de personajes bajo la advocación del color plano, la sencillez y narices con forma de verdura con el *leiv motiv* de la lectura. **RA**



POR: ISAO
DISTRIBUYE: THE CHA-CHÁ ORIGINAL

Cha-Chá Monkey Tentetieso

3 El tentetieso, muñeco que nunca acaba tumbado a pesar de los golpes que reciba, era un juguete que fascinaba a Joan Brossa, poeta cinéfilo explorador de la poesía tras la cultura popular. La propuesta de tentetieso de Isao aúna en un objeto un juguete tradicional y un personaje recurrente de su obra: un desafiante mono negro con guantes de boxeo que puede ser tanto pesadilla de Poe como personaje de Cartoon Network. Un animal de látex negro concebido en el minimalismo empeñado en plantar cara a quien sea. **RA**



POR: LOUIS BOU
EDITA: MONSA
AÑO: 2005

Street Art

4 El *street art* es uno de los múltiples hijos de la cultura hip hop. La explosión en los setenta de rotuladores y botes de *spray* que relata Jonathan Lethem en su novela *La fortaleza de la soledad* (Mondadori, 2004) se extendió pronto a cualquier capital del mundo. Sobre edificios, aceras y cualquier superficie urbana, el *street art* se ve representado en este volumen a través de 900 fotografías en color que documentan los distintos estilos y artistas más influyentes de este arte efímero y cada vez con más peso. **RA**



Estas Navidades descubre un ambiente donde tus sueños y promesas se hacen realidad, con más de 90 tiendas outlet en cada Village para poder elegir algo especial para toda la familia, tus mejores amigos y además algo único para ti!

ARMAND BASI - ARTQUITECT
ANDRES SARDA - CK UNDERWEAR
COLCCI - DESIGUAL - DIESEL
DOLCE & GABBANA - FUN & BASICS
GEOX - OPTICA STORE - MISS SIXTY
MUXART - PEPE JEANS - PUMA
PZERO BY PIRELLI - QUIKSILVER
STARBUCKS - TAG HEUER
TOP BOOKS - WOMEN'SECRET
¡Y MUCHAS MÁS! (Estas marcas están presentes en uno o dos de los Villages).

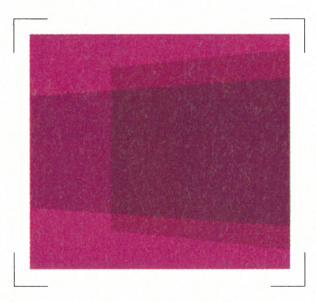
LA ROCA VILLAGE
OUTLET SHOPPING

LAS ROZAS VILLAGE
OUTLET SHOPPING

www.LaRocaVillage.com Abierto el 6, 8, 11 y 18 de diciembre. Cerrado el 28 de noviembre y el 25 y 26 de diciembre. Desde Barcelona, Autopista AP-7, salida 12, Cardedeu. T. 93 842 39 39

MÚSICA

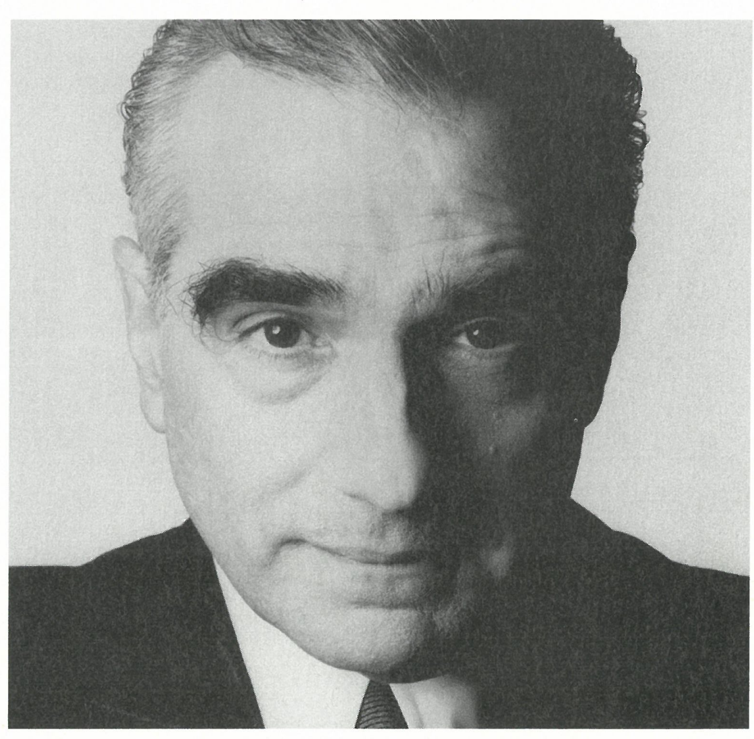
VIDEOCLIPS_
DOCUMENTAL MUSICAL_
VJING_
MÚSICA ELECTRÓNICA_



SELECTOR:
-LUIS CERVERÓ
(VALENCIA, 1974)
REALIZADOR.

ArtFutura es música

DOCUMENTAL. 'NO DIRECTION HOME: BOB DYLAN' DE MARTIN SCORSESE (EDITADO EN DVD POR PARAMOUNT).
WWW.PBS.ORG/WNET/AMERICANMASTERS/DYLAN/INDEX.HTML



El documental se ha presentado en el reciente Festival In-Edit (www.in-edit.beefeater.es).

Los diez años que cambiaron a Dylan

Quim Casas
quimcasas@menta.net

Una de las imágenes más estilizadas del elegíaco *El último vals* (1978), el certificado de defunción de The Band en forma de concierto filmado por Martin Scorsese, es la de la cámara que desciende por el sombrero blanco de Bob Dylan al comienzo de su actuación. Había en esa forma de capturar a Dylan un toque personal, una diferenciación. En él ha concentrado Scorsese sus esfuerzos documentalistas veintisiete años después.

El territorio que pisa el director no es nuevo. Ha realizado didácticas compilaciones sobre el cine estadounidense e italiano y, en clave musical, ideó en 2002 la estimable serie *The Blues*. Scorsese, pues, se siente cómodo y, lo mejor, hace sentirse cómodo a Dylan mientras éste desgrana recuerdos de su infancia, su juventud y su madurez eléctrica en un primer plano muy cerrado, sin apenas aire, sin disimular las arrugas del tiempo que surcan su cara. *No Direction Home: Bob Dylan*, centrada en el período 1956-1966, se modula con la evocación en primera persona (la entrevista) y la construcción del itinerario social de un país y de sus raíces musicales a partir de excelentes materiales de archivo. Imágenes, fotos y canciones de gente tan diversa como Joan Baez, Maria Muldaur, Billie Holiday, Woody Guthrie, Hank Williams o John Jacob Niles enriquecen la biografía audiovisual de Dylan en un preciso trabajo de contextualización montado de forma muy equilibrada.

Una de las primeras escenas del documental pertenece a la actuación eléctrica de Dylan en Newcastle, en 1966. Scorsese vuelve constantemente a aquel escenario en la primera parte del film, utilizando esas imágenes de desafío y reafirmación para capturar la dimensión real del músico; su autoridad moral, cuando sigue tocando sus blues eléctricos mientras algunos de los espectadores claman por su traición a las raíces del folk. Aquí termina la película. Aquí empezaron muchas cosas en la historia de la música norteamericana.

FESTIVAL. RESFEST 2005 - DEL 1 AL 4 DE DICIEMBRE DE 2005.
WWW.ARTFUTURA.ORG



Beck ojea un libro desplegable en las calles de Los Ángeles en el videoclip de 'Girl' dirigido por Motion Theory.

Orfebrería digital

Dimas Rodríguez
drodriguez.h@tvcatalunya.com

El festival internacional Resfest pasa un año más por diversas ciudades españolas (Barcelona, Las Palmas, Madrid, Valladolid y Vigo) para presentar, del 1 al 4 de diciembre, una selección de los trabajos más innovadores en disciplinas como el corto, la publicidad, los videoclips o los documentales. Junto a las secciones habituales, el festival se apuntala en algunos platos fuertes de irresistible calado.

RETROSPECTIVA MIKE MILLS

A diferencia de amigos del gremio como Roman y Sofia Coppola, Mike Mills sigue siendo poco conocido en Estados Unidos. Poco importa que junto a Roman fundara la productora The Directors Bureau o que en Europa y Japón sea recibido como uno de los grandes. Su nula simpatía por el *glamour* ha perfilado una personalidad honesta que siempre mantiene la filosofía de la calle en un primer plano. Oriundo de una California que se debate entre el *skate* y el punk y criado en las bondades del grafismo, Mills ha dejado su impronta en anuncios publicitarios, cortos (*Architecture of Reassurance*, 1999), documentales (*Paperboys*, 2001), un certero primer largo, *Thumbsucker*"(2005), y clips para grupos como Pulp o Air –que se beneficiaron, también, del estupendo diseño gráfico que les confeccionó para el exitoso *Moon Safari* (1998)–.

RETROSPECTIVA BECK

A pesar de que en su último disco, *Guero* (2005), se muestra reiterativo en sus hallazgos musicales, Beck nunca ha perdido puntería a la hora de calibrar el realizador que mejor puede plasmar su dislocado universo. Su perfil, además, se ajusta a la perfección dentro de unos clips que son una fantasiosa prolongación de su caudal creativo. Personalidades como Mark Romanek, Michel Gondry o Garth Jennings han recreado las imprevisibles ocurrencias del duende rubio. El propio Beck se ha puesto detrás de la cámara en *New Pollution* (1997) y *Sexx Laws* (1999).

RETROSPECTIVA TRAKTOR

Los fundadores de Traktor cambiaron su Suecia natal por los decorados de California. Desde allí han instaurado *gags* de ley en brillantes anuncios para Nike, Levi's o Reebok. Cuando hablamos de videoclips, su hoja de servicios es menos prolífica, pero alberga venenosas sorpresas como *Die Another Day* (Madonna) y *Ya Mama* (Fatboy Slim).

CUT AND PASTE

El collage es una herramienta esencial para una nueva avanzadilla de creadores que combinan modernas técnicas digitales con animación artesanal. Cut and Paste propone un recorrido por algunos de los clips que han mezclado mejor las dos vertientes, como *A Ribbon*, firmado por Lauri Faggioni y el pope Gondry, que ilustra un tema del bardo de moda, Devendra Banhart.

VIDEOS THAT ROCK

La música también ha de entrar por los ojos, argumentan algunos, y bandas como Bloc Party, The Shins o The Flaming Lips cumplen con creces este postulado. Sólo hay que visionar obras con los trazos coloristas de *Daft Punk is Playing at My House* de LCD Soundsystem (firmada por Chris Cairns) para disipar cualquier duda que uno tenga sobre la efectividad de un videoclip.

RESFEST SPAIN

Inaugurada este año, esta sección ofrece un repaso por las producciones digitales españolas más recientes. Una oportunidad para celebrar que por aquí también hay autores con ideas.

REALIZADORA. NAGI NODA.
WWW.HANPANDA.COM



Noda, una sorpresa imposible de definir.



YUKI emprende su 'Sentimental Journey'.

Etereidad nipona



Luis Cerveró
redaccion@scope-magazine.com

La japonesa Nagi Noda pertenece a esa clase de realizadores, como Mike Mills o Antoine Bardou-Jacquet, cuya excelencia en el trabajo es difícil de definir con palabras. Se trata de una sensibilidad etérea, de una búsqueda de la belleza que va más allá de la reiteración de estilemas y de un lenguaje propio.

No es casualidad que estos tres directores provengan del diseño gráfico (y en el caso de Noda, también del industrial). Los tres comparten una aproximación puramente plástica a sus obras, no sólo en los encuadres y los elementos internos del plano, sino incluso en la estructuración de las narraciones, en el concepto gráfico del montaje y en la sencillez de la banda sonora.

El Resfest 2005 nos brinda la rara oportunidad de poder ver algunos de los trabajos de Noda, muy inaccesibles tanto en la red como en DVD. Destaca el videoclip para YUKI *Sentimental Journey*. Se trata de un plano secuencia prodigioso del que es mejor no saber nada antes de verlo. Sólo diré una cosa: no hay nada de post-producción; todo lo que se ve estaba en el plató.

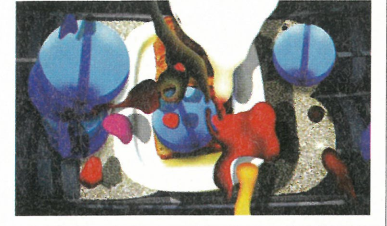
GALERÍA





Jeremy Blake
ARTISTA

VIDEOLOOP

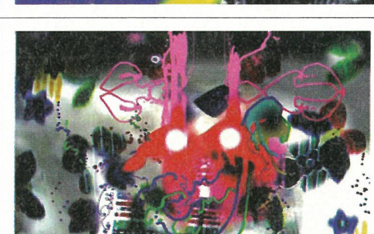






















Jeremy Blake: Poesía pop en vídeo

El artista norteamericano Jeremy Blake adquirió cierta fama en nuestro país a raíz de su colaboración con Paul Thomas Anderson, para quien generó las imágenes abstractas que salpican *Punch-Drunk Love* (2002). Hasta el 12 de noviembre presenta en la galería Feigen Contemporary de Nueva York una nueva colaboración, esta vez con el músico y poeta David Berman, líder del grupo Silver Jews. Se trata de *Sodium Fox*, un vídeo *loop* de catorce minutos donde ilustra la lectura de Berman de fragmentos inconexos que acaban conformando su poema *C U in Chains*.

La Zorra de Sodio que da nombre a la obra es definida por Blake como una reelaboración pop y altamente sexual de *La Libertad guiando al pueblo* de Delacroix, aunque en este caso centra su energía liberalizadora y afectiva en el narrador; es decir, en Berman. Se conforma así un diálogo de alta intensidad emocional entre ambos colaboradores, y se llega a un resultado que es a la vez la suma de sus dos mundos propios y la gestación de uno completamente nuevo.

El propio Blake da algunas de las claves de la pieza, críptica y abigarrada, en un largo texto colgado en la web de Feigen. "Del mismo modo que en el trabajo de Berman, el humor es la clave de la profundidad de la obra. En esta época de fundamentalismos bélicos más bien idiotas, fue muy refrescante recuperar la imagen del cómico George Burns como Dios en su serie de películas *Oh, God!*, muy populares en mi infancia. El Dios que ríe es representado aquí en una especie de comunión telepática con la Zorra de Sodio, bendiciéndola en su empeño de transmitir fuerza y amor al narrador. Cuando se establece la relación entre la Zorra de Sodio y el narrador, el film comienza a definirse como una actualización psicodélica de una leyenda histórica, como la salvación del capitán John Smith por Pocahontas, o como una reinvención abstracta de un famoso tópico literario, el del marinero que regresa a los brazos de su amada después de muchos años en alta mar." Tiembla, Matthew Barney. **Luis Cerveró**



Alicia
Reginato
Benet
Román

PROFESIÓN: REALIZADORES.
EDAD: 32 Y 33 AÑOS.
NACIONALIDAD: NORTEAMERICANA Y ESPAÑOLA.
WEB: WWW.LACHULA.TV

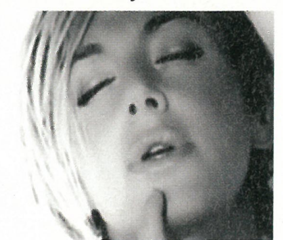
La Chula son dos que se quieren


'Tú verás' de Victoria Abril.


'Ella dijo no' de Miguel Bosé.


La versión "cuento de hadas" de 'We Should Have Been Stars' de Mist.


'Take a Look' de Manta Ray.


'No me canso' de Ana Torroja.


T: Lope Serrano
F: Mariano Herrera

Alicia Reginato (San Diego, 1973) y Benet Román (Barcelona, 1972) son La Chula Productions, una pareja, una productora y el nombre que dan a lo que hacen, que es realizar. La Chula existe desde marzo de 2003. "La llamamos así porque queríamos un nombre femenino y porque en casa utilizamos tan a menudo lo de 'esto es chulo', 'qué chulo' que vimos que era ideal para designar lo que nos gusta. 'Esto es chulo' se entiende en todos los sitios. Además, en México 'qué chulo' también tiene el sentido de 'qué mono'". Juntos, Benet y Alicia son más fuertes, más resolutivos, más organizados. Uno está donde el otro no puede llegar y así ocupan su verdadero lugar: "La situación del *free lance* hace que mezcles tu vida con el trabajo casi en un cien por cien, y eso te hace sentir muy solo. Entre dos, en cambio, todo se multiplica y todo se divide. Creativamente, la aportación es equitativa, las ideas las manejamos a la vez. Para lo administrativo, Alicia es la chula de verdad y en la pospo, yo me hago mi sitio. Pero es importante controlar la producción ejecutiva de tu trabajo. Tenemos esta pasta y esta pasta se reparte así".

Pero ni Alicia es la *producer* ni Benet el creativo; los dos eran realizadores antes de conocerse y los dos siguen siéndolo juntos. Alicia estudió literatura y cine en Berkeley y vivió en California, México e Italia antes de llegar a Barcelona. Su padre, agente del FBI, llevó a la familia por el mundo y de ese periplo Alicia ha tomado el ímpetu portentoso que es el motor de La Chula. Benet estudió Ciencias de la Información en Bellaterra, trabajó en programas musicales de TVE y aterrizó en BTV cuando en BTV aún se podía aterrizar desde abajo, la era Huerga que le llaman. Fue allí, en Barcelona Televisió, donde se conocieron, en el entorno de un programa de culto dirigido por Andrés Hispano y editado por Félix Pérez-Hita: 'Boing Boing Buddha'. Benet ya llevaba tiempo realizando junto a Ignacio Julià el programa de música 'República', otro programa que algún día habrá que rescatar por su estupendo acercamiento al mundo de la música indie, por la edición única de conciertos de gente como Jon Spencer, Luna, Sonic Youth o Yo La Tengo. Pero como dice Benet, fue alrededor del 'Boing Boing Buddha' donde surgió la chispa: "En aquel programa encontramos un entorno libre que era la casa de mucha gente. Ahí aprendimos a hacernos sitio entre todos, a ver el trabajo de los demás como algo que te estimula".

EL VIDEOCLIP ENTENDIDO COMO UNA DE LAS BELLAS ARTES

Lo que más se hace en La Chula son videoclips. Los últimos han sido para Malú, Ana Torroja, Victoria Abril o Miguel Bosé, nombres consagrados que les permiten trabajar con más presupuesto; pero como en las historias clásicas, la cosa empezó por abajo, por la cercanía con los independientes. "Fundamentalemente hay tres formas de enfocar el trabajo en un videoclip –dice Benet–. Con los indies trabajas más a tu aire. En *Take a Look* de Manta Ray, por ejemplo, todo el material era de archivo, un vídeo sólo de montaje. Cuando trabajas con Sony, Warner, con un artista grande, en cambio, tienes que concursar, proponer dos, tres, cuatro ideas, entender que él o ella tienen que aparecer en el vídeo; todo es más en la distancia". Y remacha Alicia: "Y después está esta fórmula de trabajo pero en íntimo, con trato directo con el artista. Victoria Abril, por ejemplo, estuvo en nuestra casa cuatro días mientras editábamos su videoclip. O con Miguel Bosé; las ideas circulan continuamente, se suman cosas después de una primera edición; los cambios siempre son productivos cuando la relación es cercana. Ésta es la mejor manera de trabajar, sin duda". El videoclip, siempre el videoclip. Algún día habrá que hacer una antología del medio como campo de pruebas. Alicia: "Mi primer videoclip fue con Niños Mutantes; Benet venía ya de lejos. El videoclip es una pieza autónoma de tres minutos, con reglas a seguir y reglas a saltarse; por eso es divertido". Benet: "Es que para eso sirve un videoclip, para probar cosas. Repetir un travelín muchas veces (hacer clones), jugar con cámaras de control remoto, buscar un tono documental, no sé, probar... Y además, si la prueba es para compañías importantes, entonces el resultado tiene que ajustarse a sus criterios, más comerciales. Y eso es bueno, agudiza el ingenio". Las mejores chispas del roce son las que surgen precisamente cuando se ve que La Chula es una pero también dos que se quieren. Alicia, que estaba por el mundo cuando todos éramos chinorris y sólo estábamos por aquí, le preguntó a Benet: "Oye, ¿y éste Miguel Bosé quién es?". "Warhol le hizo dos vídeos", le respondió Benet.

LO IMPORTANTE ES EL CAMINO

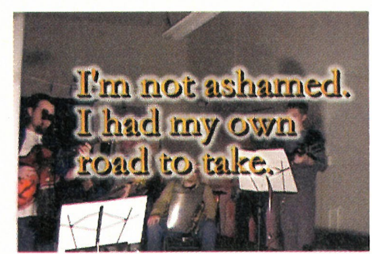
Ya lo decían el poeta del patio con limonero y la abuelita de Dylan: "Hijo mío, no hay un camino hacia la felicidad. El camino es la felicidad". Pues eso, que no hay que trabajar pensando en llegar a una meta, que eso frustra, que el realizador que se realice buen realizador será, y esa realización se hace cada día, sin rotuladores en el calendario. Benet: "Mira, desde agosto, que nos tomamos los primeros diez días de vacaciones en dos años, hemos estado con un vídeo para la Copa América, unas proyecciones para conciertos de Mishima, un vídeo para Malú, un proyecto para El Canto del Loco, otra pieza en preproducción para La Negra, cabeceras para Localia TV... Además de realizar el DVD para el grupo Edison Woods, con entrevistas que les hicimos expresamente en Nueva York. No paramos y ese movimiento es el que nos da la inercia creativa. Claro que tenemos proyectos a largo plazo, pero poco a poco". ¿Cuál?, le pregunto: "Máquina, el grupo catalán de los setenta, es una isla que estaría bien descubrir en forma de docu. Con Ignacio Julià hace tiempo que lo hablamos. Y molaría hacer videoclips de sus temas antiguos con realizadores que conocemos".

En nada inauguran su nueva sede de trabajo que es también su nueva casa que será también el sitio de muchos. En la calle Vilamarí, 71, bajos, Barcelona. Si quieres a la chula, puedes decírselo en quiero@lachula.tv. Si quieres ver a la chula, puedes verla en www.lachula.tv. Si aún no la quieres, la querrás cuando la veas y cuando descubras a su grupo de música, una máquina de ruiditos, acordes y letras de verdad que saben a fresa y comparten con Luis y Félix. Reginato, se llaman, y son chulísimos.

DVD. 'THE HOWLING HEX VARIETY SHOW PILOT' DE NEIL MICHAEL HAGERTY.
WWW.HOWLINGHEX.COM







The Beat of Today

Luis Cerveró
redaccion@scope-magazine.com

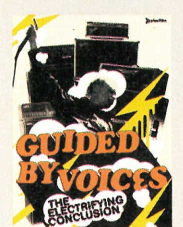
"Esto es una mierda. Un absurdo. Me aburro". Mucho me temo que eso es lo que pensará la mayoría de gente que vea *The Howling Hex Variety Show Pilot*, lo nuevo de Neil Michael Hagerty. La mitad de los difuntos Royal Trux vuelve a hacer gala de su incontinencia creativa y, tras siete discos en cinco años (ocho si contamos el primero de Weird War), un libro (*Public Works*, 2005) y un blog constantemente atendido, ahora se lanza al audiovisual con este "piloto de espectáculo de variedades" en DVD que acompaña su nuevo disco *You Can't Beat Tomorrow*.

Efectivamente, se trata de un producto vocacionalmente *trash*, pero también es uno de los ejercicios de experimentación y coherencia creativa más atrevidos de los últimos años. El *patchwork* y la improvisación han sido piezas claves en la trayectoria de Hagerty, tanto en música y letras como en portadas, fotografías y collages. No es de extrañar que toda esa estética fanzinera, sucia y directa, haya por fin encontrado su vertiente audiovisual.

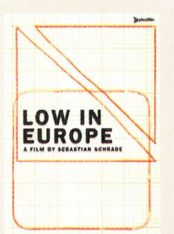
Lo que vemos son una serie de imágenes inconexas (carreteras, iglesias, dibujos...) montadas aparentemente al azar alrededor de tres situaciones que se conforman como los números principales del "variety show": la banda The Howling Hex, con un Hagerty en chándal y una actitud muy lejana a la de un *frontman* habitual, actuando en una pequeña habitación sin ventanas, siempre en un mismo plano general; bizarros *sketches* de *slapstick* interpretados por los personajes enmascarados de la portada de su anterior disco *All-Night Fox* (2005); y una *sitcom* de animación cutre protagonizada por dos monos que regentan un bar, una *stripper* y un perro con banjo. Por si los elementos no fuesen lo suficientemente perturbadores, la manera en que son ordenados y continuamente interrumpidos enfatiza la sensación de caos e ininteligibilidad: cortinillas, *jumpcuts*, grafismos y superposición de capas convierten el mensaje en masaje.

La clave, más allá de la referencia a un lenguaje poético deudor de la cultura *beat*, está en el concepto jazzístico de los harmolódicos de Ornette Coleman. Hagerty ha reconocido que está enfrascado en una exploración musical aplicando estas teorías a un lenguaje rock. Y se lo pasa tan bien, que ha decidido probar suerte con el audiovisual. Esperemos que este piloto sea el principio de una gran amistad.

BAZAR



POR: LEE RANALDO Y LEAH SINGER
DISTRIBUYE: DISCMEDI
AÑO: 2004



POR: MATT MONSOOR Y DRIFT
DISTRIBUYE: DISCMEDI
AÑO: 2004

POR: SEBASTIAN SCHRADE
DISTRIBUYE: DISCMEDI
AÑO: 2004

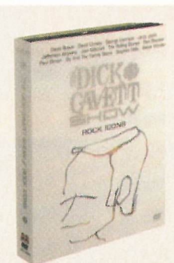
Plexi

1. Plexifilm lleva desde 2001 demostrando que editar DVDs es también un gesto de selección creativa, y por fin cuenta con distribución en España a través de Discmedi. La mayor parte de sus lanzamientos están dedicados al documental musical independiente. De su *back catalogue* habría que destacar *Pavement: Slow Century* (Lance Bangs et al., 2002), *Benjamin Smoke* (Jem Cohen y Peter Sillen, 2000) y *I Am Trying to Break Your Heart. A Film About Wilco* (Sam Jones, 2002).

Recientemente han editado un puñado de referencias para todos los gustos, bastante irregulares en calidad pero con una intención más que loable: la aproximación al candomblé brasileño *Ilé Aiyé*, dirigida por David Byrne en 1989; *Moog* (2004) de Hans Fjellestad, sobre la vida y milagros del genial inventor Robert Moog; dos películas de gira: *Drive Well, Sleep Carefully* (Justin Mitchel, 2005), con Death Cab For Cutie, y *Low in Europe* (Sebastian Schrade, 2004); la más abstracta *Saint Etienne Presents Finisterre* (Paul Kelly y Kieran Evans, 2005); y *Spend an Evening with Saddle Creek* (Jason Kulbel y Rob Walters), una oda algo masturbatoria al sello de Omaha.

Sus dos inminentes novedades, *The Electrifying Conclusion*, concierto de despedida de Guided By Voices realizado por Matt Monsoor, y *Drift*, colaboración entre Lee Ranaldo y Leah Singer, prometen mantener el listón muy alto.

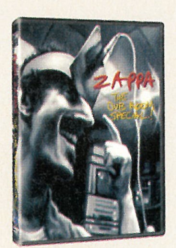
Luis Cerveró



DISTRIBUYE: SONY MUSIC
AÑO: 1968-1974

The Dick Cavett Show: Rock Icons

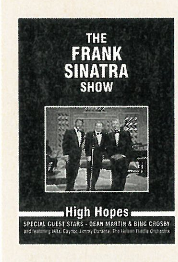
2. Cuarta entrega en DVD del atípico *show* de Cavett, tras tres monográficos consagrados a John Lennon y Yoko Ono, Ray Charles y Jimi Hendrix. Tres discos con nueve programas completos que incluyen entrevistas y directos de Janis Joplin, David Bowie, Stevie Wonder o The Rolling Stones, entre muchos otros. Imprescindible. **LC**



POR: FRANK ZAPPA
DISTRIBUYE: RED DISTRIBUTION
AÑO: 1981

Frank Zappa: Dub Room Special

3. Especial televisivo editado por el propio Zappa y compuesto de material de dos conciertos, uno de 1974 titulado *A Token of His Extreme* y grabado en la cadena californiana KCET, y otro con su concierto anual de Halloween (1981), intercalados con *sketches* cómicos y fragmentos de animación con plastilina y *stop motion* a cargo de Bruce Bickford. **LC**



DISTRIBUYE: MUSIC VIDEO DISTRIBUTORS
AÑO: 1958

The Frank Sinatra Show - High Hopes - With Dean Martin & Bing Crosby

4. Este especial televisivo grabado para la ABC en octubre de 1958 reúne sobre el escenario a tres monstruos de la canción norteamericana. Incluye algún *cameo* sorpresa de gente como Mitzi Gaynor y Jimmy Durante. Para apasionados del rollo *crooner* y arqueólogos de texturas televisivas. **LC**



"Ni Venecia ni Sundance ni siquiera Gijón. El más vanguardista de los festivales de cine se llama Resfest, aunque la mayoría no haya oído hablar de él en la vida."

Lola Fernández
EL MUNDO - METRÓPOLI

"Resfest es el festival itinerante más importante dedicado al nuevo cine digital"

LA VANGUARDIA - MAGAZINE

www.artfutura.org
www.resfest.com

1, 2, 3 y 4 de Diciembre

Barcelona
Mercat de les Flors
Las Palmas de Gran Canaria
Centro Ciudad Alta
Madrid
La Casa Encendida
Vigo
MARCO
Museo de Arte Contemporánea

Retrospectiva **Traktor**
Especial **Beck**
By Design
Cut & Paste

Videos that Rock
Cinema Electronica
Resfest Spain
...y más de 200 cortos

Organiza:







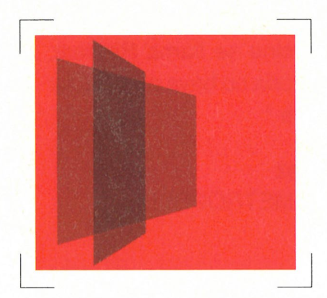






ARTE

ARTE DIGITAL_
FOTOGRAFÍA_
VIDEOARTE_
SOFTWARE ART_
ARTIVISMO_



SELECTORA:
-MERY CUESTA
(BILBAO, 1975)
COMISARIA, CRÍTICA DE ARTE Y CANTANTE DE PUNK.

ArtFutura es arte

EXPOSICIÓN / CONCIERTOS. DORA GARCÍA 'VIBRACIONES' MUSAC - HASTA EL 6 DE DICIEMBRE DE 2005.
WWW.MUSAC.ORG.ES

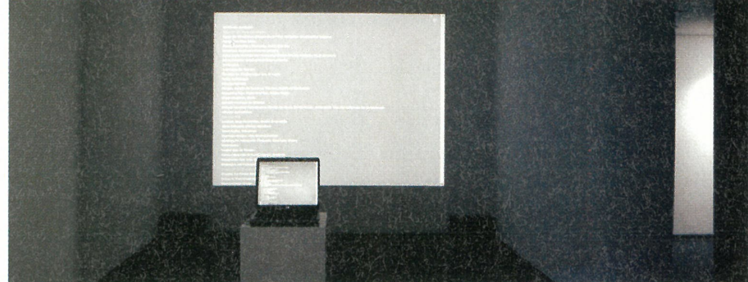




La artista Dora García.



Frank Zappa en 'Vibraciones'.



La instalación 'Lo posible' (arriba) y el vídeo 'La lección respiratoria' (izquierda).

Vibrando con Dora García



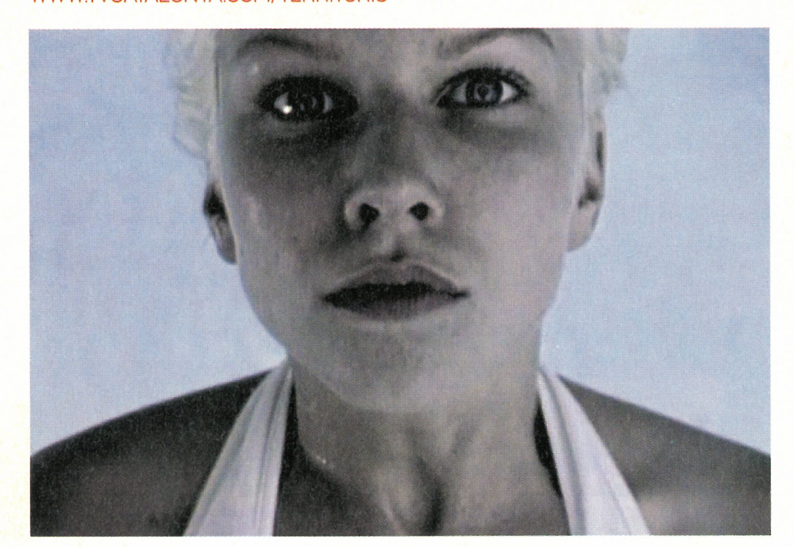
Amanda Cuesta
acuestah@eresmas.net

"El arte es para todo el mundo, pero sólo lo sabe una elite" es una de esas frases que Dora García deja caer como un regalo en el transcurso de una charla casual. La obra de Dora García se presenta a menudo como un juego y un misterio que es capaz de conectar con nuestra emotividad para hacernos cómplices –e incluso actores– de ficciones que traspasan la frontera de lo imaginario para convertirse en realidad. Esta estrategia, ya ensayada en trabajos como *El Reino* o *El Factor Humano*, ha dado lugar a un nuevo *work in progress* titulado *Heartbeaters*. Nacido bajo la forma de un rumor, la existencia de una comunidad de individuos que han convertido el latido de su corazón en su particular banda sonora vital, *heartbeaters* ha dado lugar en León a una comunidad real que ha producido en el transcurso de los últimos meses una compilación musical, actuaciones, programas de radio y una página web. En su última exposición, además de presentarnos los distintos materiales generados en el marco de este proyecto, Dora García nos propone un recorrido autobiográfico por las páginas de la revista 'Vibraciones', y una *performance* titulada *Quarry Jeans*, donde distintos charlatanes se suben a una gran tarima para venderle la exposición al visitante. Hasta el próximo 6 de diciembre, el MUSAC (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León) nos ofrece un exposición de carácter retrospectivo con algunas de las obras sonoras de Dora García, una de las artistas españolas con mayor proyección internacional. Además de los nuevos trabajos antes mencionados, la muestra incluye algunas de sus obras más emblemáticas de la última década como *Lifetime soundtrack* (1997), *DJ Los muertos* (1998), *La lección respiratoria* (2001) y *Lo posible* (2004). Si hay alguna exposición imprescindible en este inicio de temporada, desde luego es ésta.



www.macba.es/elreino/
www.doragarcia.net/elfactorhumano/
www.heartbeaters.net

TELEVISIÓN. 'TERRITORIS' CANAL 33.
WWW.TVCATALUNYA.COM/TERRITORIS







Nuevos territorios del audiovisual



Maribel López
ma_loops@yahoo.es

Territoris es un nuevo programa semanal de Canal 33 de Televisió de Catalunya orientado específicamente a la difusión de creaciones audiovisuales. Cada entrega sigue un eje temático e incluye piezas que van del vídeo-arte al cortometraje, pasando por el videoclip o el net.art. La opción de tratar la creación audiovisual de manera ampliada es muy positiva, dado que las transfusiones entre disciplinas son constantes y es más realista no acotar los territorios de manera fija.

Territoris pone en evidencia el interrogante sobre cuál es la mejor manera de presentar arte contemporáneo por televisión. Aunque, en realidad, la cuestión previa sería la de la pertinencia; respecto a eso, sólo puedo decir que a los fanáticos nunca nos parece suficiente. En este sentido, la tele sigue siendo uno de nuestros peores enemigos, un medio donde el arte prácticamente no asoma sino es con motivo de algún escándalo. Volviendo al modo de presentar las creaciones, en *Territoris* parece acertado, dado que la selección de las obras tiene en cuenta la manera en que se están presentando y el tiempo máximo que se puede dedicar a cada una. La división temática que se plantea, si bien es útil en tanto que se dirige a un público no especializado para proporcionarle una base de sentido a la hora de observar las obras, corre el riesgo de ser reductora y excesivamente simplista. Por otro lado, la intervención en las presentaciones –en la sección "naïf" la voz en *off* que presenta los vídeos es de un niño que lee un guión– resulta innecesariamente artística. Se entiende que sea difícil en un programa sobre creación limitar la creatividad del contenedor, del programa en sí, pero quizás introducir demasiados niveles de lectura complica las cosas sin enriquecerlas necesariamente.

En definitiva, *Territoris* parte de una buena idea. La selección de piezas es interesante y pese a los comentarios en detalle es una propuesta francamente necesaria. Valdría la pena adelantar el programa, que se emite los jueves a las 00.10 h, un par de horas en la parrilla.

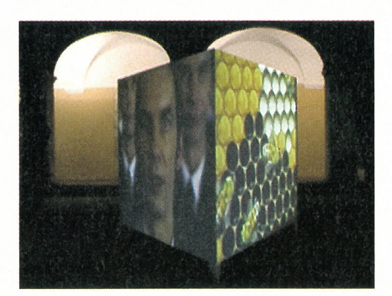
FESTIVAL. VAD.
WWW.VADFESTIVAL.NET











Un mapa de la creación independiente

Mery Cuesta
mery@igac.org

El VAD (Festival Internacional de Vídeo y Artes Digitales) es un punto de encuentro que acoge con una mente muy abierta todas aquellas expresiones relacionadas con los sistemas de creación audiovisual (net.art, vídeo-arte, vídeo-danza...), excepto la ficción cinematográfica. Las obras son seleccionadas mediante un concurso convocado a través de la web: esto es importante porque posibilita una participación internacional que ayuda a trazar una cartografía de la creación independiente. El modelo de gestión del VAD le erige como un eficaz motor cultural, que premia a artistas *off* –estigmatizados por la falta de reconocimiento y la precariedad económica– y favorece la descentralización de las actividades culturales. El festival incluye, también, un concurso dirigido a jóvenes comisarios. El VAD es resistente y tiene ganas de crecer, y en su tercer año de vida ha demostrado saber vencer inconvenientes como su presupuesto ajustado o su ubicación periférica. Su labor es muy loable y esperamos que continúe ganando en prestigio.

VAD FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO I ARTS DIGITALS - GIRONA 2005 DEL 9 AL 12 DE NOVIEMBRE.

GALERÍA





Iván Zulueta
DIRECTOR, FOTÓGRAFO Y DISEÑADOR

VISUAL



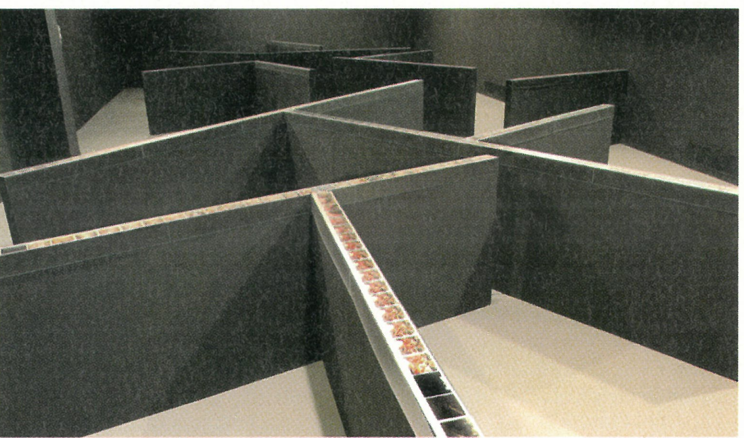












Filmaciones seminales y cromos malditos

Es el referente patrio para todo cineasta experimental, vídeo-artista o videoclipero. Iván Zulueta es un cineasta fundamental en la contrahistoria del cine español. Su personal reinterpretación del *underground* neoyorquino de los sesenta en el contexto asfixiante de la dictadura franquista, o su cultivo de tendencias como el *expanded cinema* cuando casi nadie lo hacía por estos lares, le han convertido en una figura excepcional. Zulueta no es pionero de nada: es una pieza única. Obsesivo y crepuscular, dado por muerto varias veces por la rumorología debido a su autoexilio prolongado entre las cuatro paredes de su casa, Zulueta continúa fascinando en las sucesivas expediciones arqueológicas que se practican en su obra. Porque él lo vale. Antes de perpetrar su testamento cinematográfico *Arrebato* (1980), segundo de sus dos únicos largometrajes, y su rompedor trabajo gráfico, Zulueta llevó a cabo una investigación formal sobre la imagen a través de frenéticos y seminales súper 8 que rodó en sus viajes físicos y psicotrópicos por Miami, Ibiza o Marruecos. Refilmaciones y aceleraciones, *footage*... Esta fiebre intoxicó también su larga serie de polaroids que raya, sobreexpone y manipula hasta convertirlas en cromos malditos, como aquéllos que atraparían años después a los protagonistas de *Arrebato*.
De estos experimentos inéditos con la imagen, casi artesanales, da cuenta la exposición *Mientras tanto* que el comisario vasco Álvaro Machimbarrena ha paseado por La Casa Encendida de Madrid, el Museo Patio Herreriano de Valladolid y el CCCB en Barcelona, donde puede visitarse hasta el 18 de diciembre. La exposición reúne la larga serie de polaroids y piezas en súper 8 realizadas entre 1971 y 1976. Esta porción hasta el momento inédita de su obra justifica que a Zulueta se le tenga en cuenta como artista plástico, además de cineasta a contrapelo, aunque hablar en términos tan fragmentarios en su caso no sea muy lógico; su obra es, en realidad, un híbrido entre ambos ámbitos, un corpus atómico único y excepcional. **Mery Cuesta**

EXPOSICIÓN. 'TEMPS DE VÍDEO. 1965-2005. CAIXAFORUM' - HASTA EL 8 DE ENERO.
WWW.CAIXAFORUM.ORG



El actor y director Melvin Van Peebles en el vídeo 'Baltimore' (2003) de Isaac Julien, presente en la exposición.

Lo visible y lo invisible

 **Rosa Pera**
rosapera@gmail.com

Temps de vídeo. 1965-2005 sigue la estela de *Passages de l'image,* nuevamente bajo el comisariado de Christine Van Assche. Presenta una antología de la colección Nouveux Médias del Centre George Pompidou, esta vez con la participación de la Col·lecció d'Art Contemporani Fundació "la Caixa". Si la exposición de 1991 analizó las aproximaciones producidas tras los años sesenta entre lenguajes como la fotografía, el cine o el vídeo, ahora el objetivo es hacer balance de lo acaecido desde entonces, articulando un discurso sobre la evolución de nuevos lenguajes artísticos. Se han seleccionado treinta y cuatro obras de treinta artistas, consideradas como las principales aportaciones en la práctica artística contemporánea con el vídeo como protagonista.

Organizada en cinco apartados, la exposición incorpora con acierto diversas áreas de visionado de obras monocanal que conforman a su vez los puntos de consulta de cada bloque, a la par que funcionan como articulaciones del recorrido. Bajo esta estructura, *Temps de vídeo* inicia su andadura con *La televisión imaginaria*; le siguen *Búsqueda de identidad, De la cinta de vídeo a la instalación* y *Post cinema*, y termina con *Perspectivas contemporáneas*.

Los puntos de anclaje son muy diversos, y por ello muy variados los itinerarios posibles –a veces recurrentes– a emprender a partir de la exposición: reflexiones críticas sobre la televisión, experimentos de percepción, indagaciones sobre el rol del espectador y sus diferentes facetas (como sujeto pasivo, audiencia, testigo consumidor o como participante), inserciones de intervención y reflexión desde el vídeo sobre el ámbito cinematográfico... En suma, es una muestra necesaria para abordar la creación contemporánea.

Especialmente oportuna es la inclusión de *Scénario du film 'Passion'* (1982) de Jean-Luc Godard, ensayo que abre innumerables reflexiones en torno a la creación y recepción de la imagen en movimiento a partir de la mirada y la realización siempre críticas del director. Así como en *Slogans* (1986) Muntadas nos impele a leer las imágenes para desenmascarar las conexiones entre los medios de comunicación de masas y las altas jerarquías de poder, Gary Hill explora las lecturas poliédricas de la imagen en *Disturbance (among de jars,* 1988) o Johan Grimonprez (*Dial H-I-S-T-O-R-Y*, 1997) apela a la incumbencia del espectador sobre las imágenes que consume, Godard recuerda que "existen dos niveles de contenido en una película: el visible y el invisible. Lo que pones delante de la cámara es lo visible; y si no hay nada más es que estás haciendo un telefilm. Las películas de verdad son las que tienen algo invisible que puede verse –o discernirse– a través de la parte visible y únicamente porque la parte visible se ha dispuesto de una determinada forma. En cierto sentido, lo visible es un poco como un filtro que, cuando se coloca en un cierto ángulo, permite que traspasen determinados rayos de luz y permite ver lo invisible". Estas elocuentes palabras pueden erigirse en punto de inflexión de la muestra. A la hora de recorrerla, podemos absorber lo visible para indagar en lo invisible de cada trabajo haciendo nuestra la máxima de Godard. Este ejercicio nos ayuda a sacar a colación algunas prácticas artísticas no consideradas en la exposición. Por ejemplo, se detectan ausencias de trabajos como los que surgen de la Guerrilla TV o los que transitan actualmente por los territorios del *software* y las instalaciones multimedia interactivas, que se anuncian en el último capítulo de la muestra pero no están presentes en ella.

VIDEO-ARTE

Panorama del vídeo

 **opinión**

MANUEL OLVEIRA
CRÍTICO DE ARTE Y COMISARIO INDEPENDIENTE

La normalización de la vida cultural española es un espejismo que esconde muchas carencias. El vídeo es un ejemplo. Este soporte tiene una historia confusa y corta, ignorada por las instituciones durante años, y sólo recientemente ha llamado la atención de la crítica y el coleccionismo; aunque se está realizando en muchos casos de forma oportunista y superficial, sin un compromiso serio con la producción, la investigación y la difusión. Las dificultades del soporte no se acaban con la mera aceptación epidérmica y "moderna". A los problemas que en general sufre el arte contemporáneo (ausencia de proyectos a largo plazo y de compromiso por parte de unas instituciones homogéneas, falta de presencia internacional o deficiencias de coleccionismo), hay que añadir las dificultades de producción del medio: los exiguos presupuestos rebajan el horizonte de calidad. La atención superficial que se dispensa al vídeo por su supuesto carácter "joven y moderno" no ayuda a que se afiance en la escena cultural, ni tampoco su consideración desde el mero soporte. Por mucho que el medio sea el mismo, hay múltiples formas e intereses diferentes en su uso. Las respuestas que necesita cada tipo de producción son muy específicas, aunque en el caso español tendemos a una homogeneidad que a la larga será inoperante. La mímesis del "arte internacional" y la falta de singularidad son también dos rémoras muy evidentes. A estas dificultades hay que añadir deficiencias en cuanto al estudio de las obras, su incorporación a las colecciones y la ausencia de un "instituto del audiovisual". Algunas de estas deficiencias parecen encontrar respuesta en la futura distribuidora que, esperemos, impedirá que la vida de un vídeo sea una exhibición para luego dormir en un cajón porque no encontrará vías de proyección. Hay por delante un campo abierto de posibilidades, siempre que lo hagamos con decisión y capacidad de apuesta, detectando las carencias, respondiéndolas, ofreciendo un trato profesional a los artistas y generando proyectos que dinamicen el sector.

EXPOSICIÓN. NEREA POZO.
WWW.NEREAPOZO.COM



'En Bilbao' (óleo sobre lienzo, 2003), grandes niñas y pequeños ponis en el Guggenheim.

Perversión, perversión



Mery Cuesta
mery@igac.org

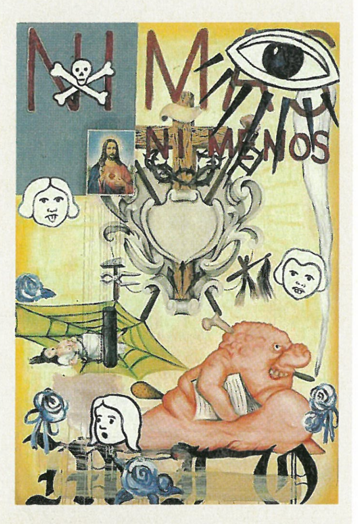
Da gusto que una institución apueste por una artista tan joven en su primera exposición. Nerea Pozo (Bilbao, 1983), tiene 22 años: Insisto en su edad porque por esta puerta se cuelan algunas de las virtudes de su trabajo; una falta de prejuicios tan refrescante es sólo propia de una tierna generación de artistas. La mayor parte de su trabajo es pintura figurativa en óleo (!). A través de ella pone en evidencia la perversión de los modelos estéticos y de comportamiento social que deforman la identidad femenina. Para ello se centra en referentes manga y protomodelos como las muñecas Blythe de los años setenta, que poco difieren de los recortables que nos compraban de pequeñas. Esas niñas desproporcionadas y cabezonas, desnudas a la espera de ser vestidas por mamá, son el motivo a través del cual Pozo evidencia la perversidad de estos juegos, que entran en natural conexión con el fenómeno creciente del blog como ámbito de desarrollo del universo femenino adolescente. Como la artista japonesa Mariko Mori, Pozo configura un imaginario post-moderno que desdibuja las fronteras entre lo humano y lo tecnológico a través de seres híbridos para reflexionar sobre la nueva comunicación íntima surgida a raíz de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana.

La insistencia de Pozo en desarrollar su obra en óleo es una estrategia que consigue mantenernos atentos mirando un cuadro; esta jugada sublima estas muñecotas horteras dándoles formato de "obra de arte". La artista mete, así, el dedo en la llaga del infragusto. Pozo "es *freak*" (muy a tono con el fenómeno actual de exaltación de lo *freak* y lo bizarro), celebrando un éxito de diseño de los setenta que en realidad es obsoleto y hortera. Pozo evidencia esta perversión del gusto en que todos caemos: acogemos la imágenes *revival* y desarrollistas porque lo bizarro es actualmente un valor en alza. Esta espeleología del gusto de Pozo se sitúa en la línea de la reciente reivindicación de la pintora Margaret Keane. Está claro que Nerea Pozo ofrece algo diferente y muy rico. Y en la sala Rekalde lo han sabido tratar.

SALA REKALDE (BILBAO)
HASTA EL 27 DE NOVIEMBRE.



BAZAR





POR: VARIOS
EDITA: CASA ASIA, BARCELONA
AÑO: 2005

Manuel Ocampo: Bastards of Misrepresentation

1. Por fin se publica el esperado catálogo de la exposición que tuvo lugar en Casa Asia del salvaje artista filipino Manuel Ocampo (Quezon City, 1965). Un catálogo de lujazo –con los textos disponibles tanto en castellano como en inglés– no sólo por la buena selección de colaboradores para un corpus textual que disecciona desde ópticas muy nutritivas la obra del artista, sino por la abundancia de imágenes y su excelente calidad en la reproducción. La publicación abarca los trabajos de Ocampo entre 1991 y 2005. Es, sin ninguna duda, la publicación definitiva sobre este creador sangrante y único. Su pintura maneja símbolos de lo sagrado y lo profano en un registro que podríamos calificar de alucinógeno.

Ocampo hace del sexo, la violencia y la escatología la columna vertebral de su trabajo, que adquiere resonancias barrocas y pesadillescas. Las representaciones de Ocampo son incómodas por desesperadas; da la impresión de que el artista agota la pintura hasta sus ultimas consecuencias en arrebatos de locura insana. La publicación de *Bastards of Misrepresentation* es ocasión de celebración y una oportunidad de quedarnos pillados pasando páginas. **MC**

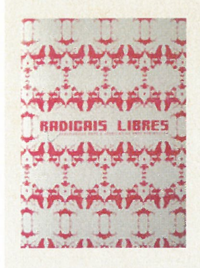


POR: RICHARD WHELAN
EDITA: PHAIDON PRESS LIMITED, LONDRES
AÑO: 2005



Robert Capa: Obra fotográfica

2. "Si tus fotografías no son lo suficientemente buenas es porque no estás lo suficientemente cerca". Capa es uno de los grandes fotógrafos contemporáneos y, sin duda, el más influyente fotógrafo de guerra que haya habido. El volumen es la compilación definitiva de toda su carrera (1913-1954), desde sus instantáneas sobre la Guerra Civil española hasta sus retratos de Picasso, Hemingway y otras figuras culturales. La ordenación cronológica de las fotografías de Capa permite, además, repasar los acontecimientos clave del siglo XX. **MC**



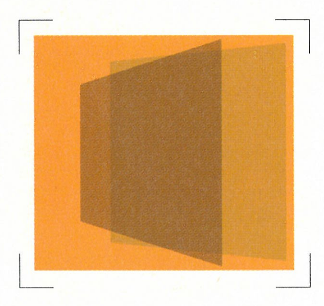
POR: VARIOS
EDITA: CONCELLO DE SANTIAGO, SANTIAGO DE COMPOSTELA
AÑO: 2005

Radicais libres. Experiencias gays e lésbicas na arte peninsular

3. Este catálogo es fruto de la exposición que tuvo lugar en el Auditorio de Galicia de Santiago de Compostela. *Raicais libres* lleva a cabo una revisión historiográfica de las expresiones artísticas de creadores de España y Portugal cuya homosexualidad marca su obra. Entre los veintiocho artistas encontramos a Nazario, Pepe Espaliú, Badiola y Pérez Villalta, e incluso a Miguel Ángel y Caravaggio. A pesar de una maqueta algo farragosa, se agradece el serio intento de rigor en la ordenación de estas expresiones. **MC**

INTERNET

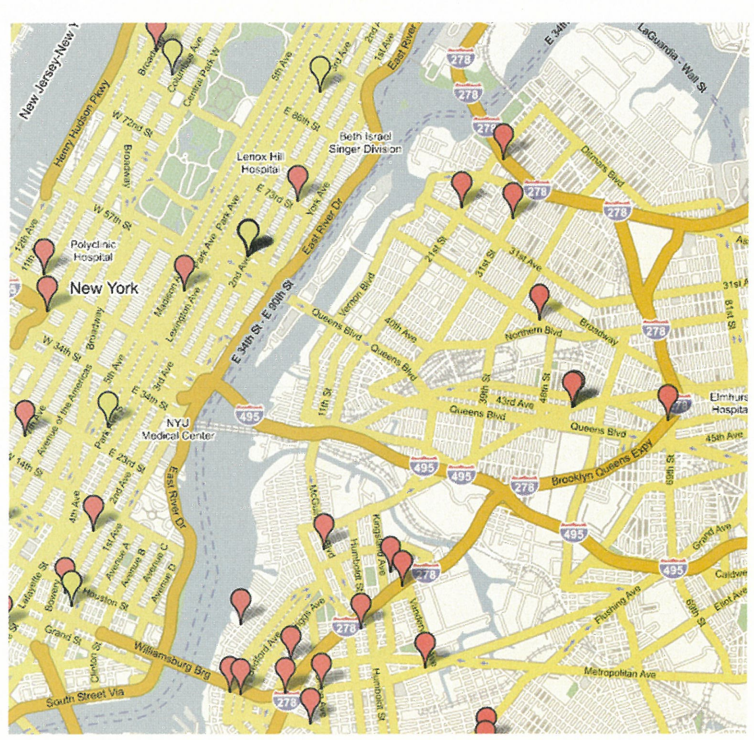
REDES_
CIBERCULTURA_
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN_
MEDIOS DE COMUNICACIÓN_



SELECTOR:
-JOSÉ LUIS DE VICENTE
(GRANADA, 1973)
PERIODISTA ESPECIALIZADO EN CULTURA Y TECNOLOGÍA, BLOGGER (WWW.ELASTICO.NET) Y COMISARIO.
ArtFutura es internet

BUSCADORES. GOOGLE MAPS.
WWW.MAPS.GOOGLE.COM

300 € - Buscamos chica para compartir piso grande y luminoso
c/ Cardenal Reig



Remezclas de Google Maps: Housing Maps (arriba) y Vivirama (a la izquierda).

Google Maps Remixed


José Luis de Vicente
jl@elastico.net

¿Se acuerdan de los *bootlegs*, aquellas ingeniosas remezclas que combinaban la pista de voz de un tema con la base musical de otro? Una nueva cultura del *remix* está inundando internet, y sus autores no son DJs. Ha llegado el momento de remezclar la propia web.

La idea es simple: tomar datos extraídos de diferentes servicios *on line*, como Amazon, Wikipedia o Flickr, y combinarlos para ver si el resultado genera hallazgos sorprendentes. Es posible gracias a que gigantes de la red proporcionan acceso a sus APIs, –el trozo de código que permite usar la información de sus bases de datos en otras aplicaciones– y se está convirtiendo en la piedra angular de la llamada Web 2.0, una nueva manera de entender la red más como un programa informático que como una biblioteca global.

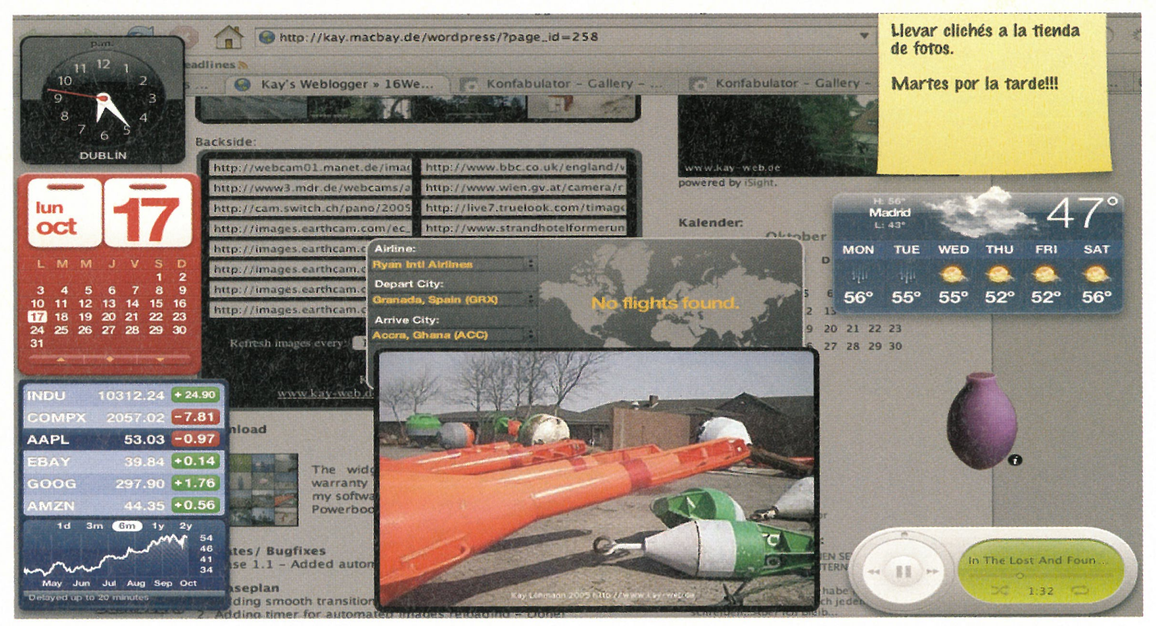
El sitio más remezclado es Google Maps. El servicio de mapas y fotos por satélite permite encontrar desde un mapa de Manhattan con todas sus pizzerías hasta una imagen aérea de cualquier calle de cualquier capital europea. Si a esta información se le superpone cualquier otra accesible en la red, las posibilidades son infinitas.

Los mapas remezclados pueden ser prácticos, como Housing Maps que proyecta sobre las fotografías por satélite de las ciudades americanas los últimos anuncios inmobiliarios (Barcelona cuenta ya con su versión, Vivirama); morbosos, como Chicago Crime Map, que extrae información de la base de datos de la policía para marcar sobre cada calle los robos y asesinatos cometidos cada día; o poco clasificables: los heridos en los últimos San Fermines, las ciudades de origen de los soldados muertos en Irak. Hasta Wikipedia ha sido remezclada en Placeopedia, donde las entradas se sitúan sobre mapas de los lugares a los que hacen referencia.

¿Periodismo digital, arte hecho con bases de datos? Las remezclas de Google Maps anticipan la red que se nos viene encima y demuestran que el contexto lo cambia todo.


www.housingmaps.com
www.vivirama.com
www.chicagocrime.org/map
www.placeopedia.com

PROGRAMAS. WIDGETS.
WWW.APPLE.COM/MACOSX/FEATURES/DASHDOARD




Un escritorio de ordenador poblado de 'widgets' de todas las clases y razas: notas adhesivas, calendarios, meteorólogos...

El maravilloso mundo Widget


José Luis de Vicente
jl@elastico.net

Son la aplicación estrella de Tiger, la versión más reciente de MacOS X; Yahoo acaba de comprar la compañía que los inventó y serán una de las incorporaciones más importantes en la próxima versión de Windows. No está mal para un *software* tan básico y rudimentario que sólo es capaz de hacer una cosa a la vez. Los *widgets* suponen un acercamiento minimalista y casi zen al diseño de aplicaciones. Programas pequeños y ligeros que sólo tienen una única función: dar el pronóstico del tiempo para mañana, recordarte una cita o mostrar la imagen de una *webcam*. Aparecen discretamente proyectados sobre tu escritorio, para no estorbar a las ventanas "importantes", y se activan y desactivan con sólo pulsar una tecla. Hay dos plataformas distintas para *widgets*: Dashboard (integrada en OS X, sólo para Mac) y Konfabulator, gratuita y para todos los públicos. Cada una de ellas permiten utilizar miles de *widgets* diferentes con las funciones más insospechadas, programados por aficionados que los ofrecen habitualmente de manera gratuita en sus sitios web.

Flores



HTTP://STEPHAN.COM/WIDGETS/FLORES/
Un jarrón de flores conectado a tu buzón de correo. Cada vez que llega un mensaje, crece una flor. Para Dashboard (Mac).



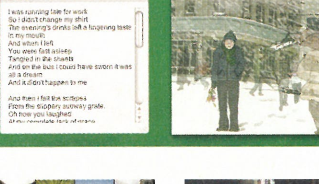
Locket

HTTP://STEPHAN.COM/WIDGETS/LOCKET
Un medallón para insertar la foto de esa persona especial en tu lista de contactos *on line*. Cuando entra en la red AIM de mensajería instantánea, el medallón se abre de par en par. Para Dashboard (Mac).



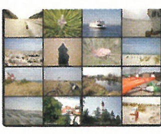

Sing that iTune!

HTTP://WWW.WIDGETGALLERY.COM/VIEW.PHP?WIDGET=36261
Un cuaderno virtual que muestra la letra de la canción que se esté reproduciendo en esos momentos. Para Konfabulator (Mac/PC).



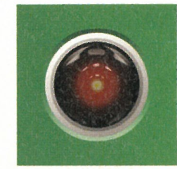
16 Webcams

HTTP://KAY.MACBAY.DE/WORDPRESS/?PAGE_ID=258
Una ventana al mundo configurable, donde visionar hasta dieciséis webcams distintas. Para Dashboard (Mac).




HAL 9000

HTTP://WWW.WIDGETGALLERY.COM/VIEW.PHP?WIDGET=36435
No todos los *widgets* son prácticos. Éste introduce en tu escritorio a HAL 9000, el ordenador de *2001. Una odisea del espacio* (Stanley Kubrick, 1968), y repite sus frases en el film. Para Konfabulator (Mac/PC).



P2P

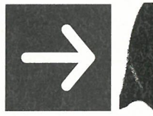
Contra-información

opinión

DAVID BRAVO
ABOGADO Y AUTOR DE 'COPIA ESTE LIBRO'

El último anuncio de *12 meses, 12 causas* de Telecinco es una muestra más de hasta dónde pueden llegar los medios de comunicación. Este anuncio, que como quien no quiere la cosa relaciona las descargas de música de internet con el terrorismo y la trata de blancas, está incluido en esos *spots* que cada mes emite la cadena para denunciar los problemas más acuciantes. El hecho de poner a buena parte de la sociedad en la lista de los malvados del año ha levantado muchas quejas. Telecinco, demostrando que no sólo los niños chicos saben poner excusas de niño chico, contestó que el anuncio es de la Federación Antipiratería y que nada tienen ellos que ver. Les escribí rápidamente para que me dijeran cuál es la tarifa para que hagan suya una causa mía retransmitiendo un vídeo que yo estaba preparando. Tal y como les comuniqué "el vídeo mezclará ser seguidor de 'Operación Triunfo' con el calentamiento global, el narcotráfico y el maltrato doméstico. Sé que no tiene nada que ver una cosa con otra, pero yo pongo la pasta y ya no hay más que hablar". Este caso no es una excepción. Los medios de comunicación no paran de vender o regalar espacio a todas las barbaridades que provengan de los grandes poderes empresariales. Leo en 'El País', a propósito de las descargas de internet, una cita del director de NBC donde asegura que "hay un nubarrón oscuro y negro en este juego. No está en manos de los niños que viven en la puerta de al lado; se trata de delincuentes organizados". A continuación el periodista que redacta la noticia hace suyo el disparate afirmando que en el corazón de esta red "se encuentran ciberfanáticos" junto a los que trabajan "duros delincuentes de sangre fría con dinero y contactos para secuestrar y distribuir películas". Es tal la costumbre a este tipo de falsedades que los medios que las combaten se denominan a sí mismos "contrainformativos", como si el concepto "información" fuera ya propiedad inevitable de los mismos medios que la prostituyen.

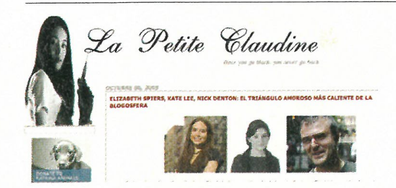
GALERÍA





Marta Peirano
EDITORA DEL BLOG 'LA PETITE CLAUDINE'

BLOGS



La Petite Claudine HTTP://LAPETITECLAUDINE.COM

Hace casi diez años le confesé a un amigo que me gustaban los sándwiches. "No te hagas una chapa con eso", me advirtió. Seguí su consejo y me hice un blog. Eran los dias de Tatu, de *Battle Royal*, de las danesas enloquecidas que se enrollan en los bares, de Eldred contra Ashcroft (germen de Creative Commons) y la primera bomba en la segunda guerra de Irak. Han sido tres años de *pin-ups* post-modernas, de *gadgets* inimaginables, de literatura para adultos, de festivales, orgasmos fingidos y sexo anal. Lo tengo todo registrado por categorías.



Go fug yourself

HTTP://WWW.GOFUGYOURSELF.COM

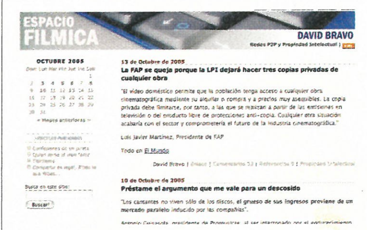
Fuggy es el diminutivo de *frightfully ugly* (aterradoramente horroroso) y Jessica Morgan y Heather Cocks son las típicas zorras que se hicieron amigas en el baño de alguna fiesta destripando el *outfit* de la anfitriona: "¿No es como si hubiera tenido que saltar un alambre de espino?". "No, nena: es que su vagina se irrita si no tiene ventilación". Como dice 'The Guardian', son adictivas, especialmente si no eres famosa. La prueba de que Nicole Kidman, Paris Hilton y Kirsten Dunst no hacen negocios con la mafia mejicana es que las dos damas conservan todos los dedos de las manos y los pies. Si han pensado que, llamándose Cocks, Heather es blanco fácil, olvídenlo: ni Gawker les aguanta un asalto.



Girls are pretty

HTTP://GIRLSAREPRETTY.COM

Sara estará llorando en tu hombro. Tú no sabrás por qué. Bebe mucho y a veces acaba en la pista de baile llorando sobre el hombro de un amigo con el que nunca se ha acostado. Quieres hacerlo con Sara. Y esperas que llore tanto que tengas que llevarla a un hotel. Sabes que cuando la metas en la cama empezará a besarte. Le dirás que está borracha, que necesita dormir, pero insistirá en que no lo está y que le gustaría estar más cerca de ti. Te disculparás y le dirás que, aunque te mueres de ganas, sabes que se arrepentirá al día siguiente. Pero no te dejará ir. Jurará que lo ha deseado desde aquella cena en Chinatown. Te pondrá las manos en el cuello y te atraerá a la cama. Ya no podrás resistir.



David Bravo

HTTP://FILMICA.COM/DAVID_BRAVO

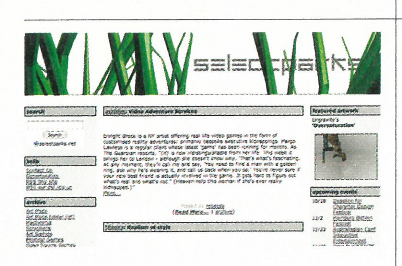
Paradójicamente, la primera vez que escuché a David Bravo fue en un mp3. Se llamaba *Las diez mentiras más famosas sobre la piratería* y más que escucharle le intuí, porque las risas atronadoras de la sala no dejaban oír el discurso. Como dice un amigo mío, David es el cruce perfecto entre Nacho Escolar y 'El Club de la Comedia'. Su blog es como una de sus charlas pero sin distracciones y con *rewind* y *forward* para meditar sobre la marcha. Si lo escribiera en inglés, sería el arma letal de la Electronic Frontier Fundation y la peor pesadilla de la RIAA (Recording Industry Association of America). Como es sevillano, nos hace aprender divirtiéndonos y le alimenta la úlcera a los muchachos de la SGAE.



Fleshbot

HTTP://WWW.FLESHBOT.COM

¡Pero, claro! 'Fleshbot' es la oveja negra de la familia Gawker Media. Jonno d'Addario, un tecnófilo degenerado natural de Nueva Orleans, bucea cada día los bajos fondos de la red para ofrecer los fetiches más frescos, disparatados, enloquecidos y asombrosos que el corazón humano puede soportar. Compartimos debilidades: la cultura de los pueblos asiáticos, los cefalópodos, las mil posibilidades que ofrece un mando a distancia y que no figuran en el manual y las ex modelos, ex bailarinas, ex estrellas-del-pop que hacen *softcore* en Europa del Este. Le asisten Violet Blue y Bacchus, responsable de 'Erosblog' y pervertido honorífico desde octubre de 2002.



Selectparks

HTTP://WWW.SELECTPARKS.NET

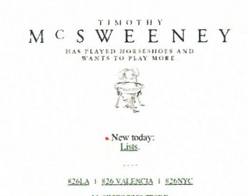
Leo muchos blogs sobre videojuegos, especialmente 'Terranova', el clásico 'Game Girl Advance' y el maravilloso 'MondoPixel' del *focomelo* y sin embargo amigo Pedro Berruezo AKA John Tones. 'Selectparks' es mi favorito por sus debilidades: los juegos políticos, los juegos artísticos y los motores de juegos como herramienta audiovisual. La web esconde una colección exquisita de piezas poco habituales, desde obras experimentales de Jodi y aberraciones de Eddo Stern hasta los polémicos juegos de Brody Condon y herramientas para VJs realizadas con Quake. Sus responsables hacen videojuegos y están tan familiarizados con su cultura, su historia y su industria como con su tecnología.



Japón por...

HTTP://JEANSNOW.NET
HTTP://WWW.IMOMUS.COM
HTTP://WWW.PLIINK.COM/MT/MARXY

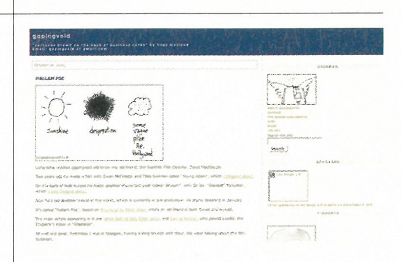
La cultura pop japonesa tiene tres embajadores de lujo en la blogosfera angloparlante: Jean Snow, Momus y David Marx alias Marxy. Expertos en diseño, *j-pop idols*, música electrónica y *ramen*; se han peinado los cafés, galerías y tiendas de Shibuya y escriben para 'Japan Times', 'Tokyo Q' y 'Beikoku Ongaku'. Momus es una estrella, Jean ha empezado su propia revista y David acaba de sacar un disco (*Kyoshu Nostalgia*, 2005). Aunque Jean es una 'Guía del Ocio' para recién llegados a Tokio, Marxy es mi favorito, con sus analogías entre los medios japoneses y los americanos y sus meditaciones sobre la popularidad.



McSweeney's

HTTP://WWW.MCSWEENEYS.NET

Sólo con sus relatos podría ser el hijo bastardo de 'The New Yorker' (recomiendo para empezar *I Wish I Could Say This Is the First Time I've Been Handcuffed to a Radiator*) y sus relatos no son lo más; el *hype* son las listas. En ningún otro sitio encontrarán *Métodos distintos de una canción por los cuales uno puede morir lentamente*, *Cosas que Hagrid el medio gigante diría si sirviera al Señor en lugar de a Harry Potter* y la ristra de *Cuentos Klingon para niños*, que incluye los celebrados títulos *Blancanieves y los seis enanitos que mató con sus propias manos y el séptimo enanito al que dejó escapar como advertencia para el resto* y *Hansel y Gretel molestan a Vlad el Empalador*.



Gapingvoid

HTTP://WWW.GAPINGVOID.COM

'Very Important Things' publicaba una viñeta al día, normalmente ilustraciones de los años cuarenta y cincuenta alteradas ligeramente con un delicioso texto rebosante de humor negro. Desde que lenta y dolorosamente dejó de actualizar, dedico mis atenciones a Hugh MacLeod, ilustrador aficionado –en su vida real se dedica al *marketing* y es consejero espiritual de blogs corporativos– que me alegra el día con sus viñetas despiadadas, nihilistas, corrosivas y descacharrantes en 'Gapingvoid'. Aunque la mitad de las veces se afila los dientes en su propio brazo, le tiene especial aprecio a las mujeres solteras de mediana edad, a las víctimas profesionales, a los célibes que sólo necesitan amor y a la blogosfera.



Rewind

_Críticas
_Crónicas

PÁG. 144
A PÁG. 155.

CIUDADES

_¿CÓMO TE SIENTA LA AUSENCIA DE ANONIMATO?

_DEPENDE DEL MOMENTO. SIEMPRE ME HA GUSTADO IR EN TRANSPORTE PÚBLICO, PERO A VECES ME ES IMPOSIBLE Y ME AGOBIO MUCHO. QUE TE PIDAN UN AUTÓGRAFO EN EL METRO NO ME PARECE MAL, PERO PARA MÍ ES INCÓMODO. ME SIENTO INVADIDA. APARTE, SIEMPRE ME HA GUSTADO MUCHO OBSERVAR A LAS PERSONAS Y DESDE HACE ALGÚN TIEMPO SOY YO LA OBSERVADA.

_¿Y QUÉ PIENSAS AL OBSERVAR?

_PIENSO EN LAS POSIBLES VIDAS DE LA GENTE, ADÓNDE VAN Y DE DÓNDE VIENEN, GENTE QUE VIENE DE CURRAR Y VA CON SU NOVELA FORRADA PARA QUE NADIE SEPA NADA DE ELLOS. ¡QUIERO SABER QUÉ NOVELA ES! CUANDO ME FUI A VIVIR A MADRID, ME PASABA DE ESTACIÓN CASI SIEMPRE. ME QUEDABA EMBOBADA MIRANDO...

_¿VIAJAR PUEDE SER UN BUEN ANTÍDOTO CONTRA EL OBSERVADOR OBSERVADO?

_NO SIEMPRE. EN EL METRO DE NUEVA YORK ME RECONOCIERON. ME HIZO ILUSIÓN, PERO ME QUEDÉ UN POCO FLIPADA.

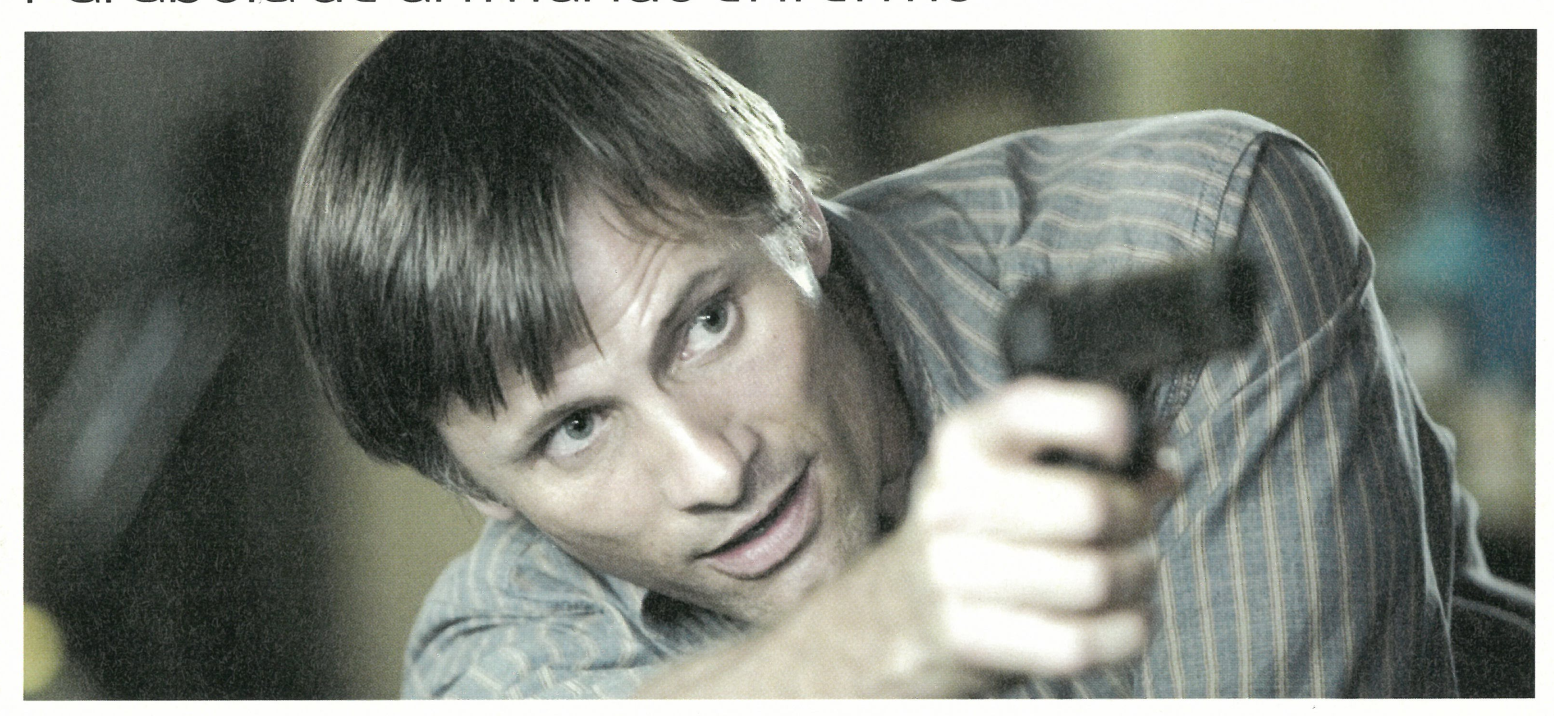
CONTINÚA EN LA PÁGINA 154.

F: WWW.JOKERISH.BIZ

TÍTULO ORIGINAL: A HISTORY OF VIOLENCE **DIRECCIÓN:** DAVID CRONENBERG **GUIÓN:** JOSH OLSON **FOTOGRAFÍA:** PETER SUSCHITZKY **MONTAJE:** RONALD SANDERS **MÚSICA:** HOWARD SHORE **PRODUCCIÓN:** CHRIS BENDER, DAVID CRONENBERG Y J.C. SPINK **NACIONALIDAD:** ESTADOS UNIDOS **INTÉRPRETES:** VIGGO MORTENSEN, MARIA BELLO, ED HARRIS, WILLIAM HURT, ASHTON HOLMES, PETER MACNEILL, STEPHEN MCHATTIE.

"Una historia de violencia" DAVID CRONENBERG

Parábola de un mundo enfermo



Al inicio de *Una historia de violencia*, la última obra maestra de David Cronenberg, dos tipos discuten, aburridos, en la puerta de un motel. Acaban de matar a una familia entera, pero el espectador no será consciente de ello hasta pasados unos minutos, cuando uno de ellos entre en el edificio y, tras él, la cámara nos muestre la magnitud de la masacre justo antes de captar cómo el sujeto ejecuta a una niña.

No se detectan jocosidad amoral ni voluntad de epatar en la construcción de este horrible escenario que, en cambio, posee una función clara: configurar una intensa atmósfera de terror que a partir de ahora contaminará todo el film.

Todos los estallidos de violencia que sucedan a éste permanecerán focalizados en el entorno de Tom Stall (Viggo Mortensen), el héroe de esta fábula. Tom tiene una dulce hija de 6 años que duerme con la luz encendida porque tiene miedo de los monstruos; un hijo que sufre estoicamente el acoso escolar; y una esposa (Maria Bello) que se pone el uniforme de animadora del instituto para seducir a Tom, inventando así un romance adolescente que nunca experimentaron. Situándonos en este idílico contexto familiar, Cronenberg nos introduce en la vida del héroe y, por extensión, en Happyville, esa Norteamérica cuyos habitantes se ven todos los domingos en misa y cada día en el restaurante de Tom Stall. Cuando, una noche, los dos asesinos antes citados se cuelan allí, el espectador ya está preparado para apoyarle a toda costa. Al día siguiente, convertido por los medios en una celebridad, quedarán al descubierto secretos de su pasado, abocándoles a él y a su familia a un presente lleno de momentos de violencia. En cada uno de ellos, Cronenberg incluirá una demostración, exagerada al nivel de la comicidad, de la destreza sobrehumana de su héroe para infligir dolor. Provocando la risa en el espectador, pone en evidencia el placer que experimenta el público enfrentado a los rituales de la violencia en pantalla.

En todo momento, Cronenberg trabaja con material narrativo arquetípico. El cuento de un hombre malo que empieza una nueva vida y, de pronto, choca con su pasado es un argumento clásico del western: el Bill Munny de *Sin perdón* (Clint Eastwood, 1991). Y también del cine negro se nutre el film, del falso culpable hitchcockiano, del fatalismo de clásicos noir como *Retorno al pasado* (Jaques Tourneur, 1947) o *Los sobornados* (Fritz Lang, 1953) y de thrillers como *Horas desesperadas* (William Wyler, 1955), *Forajidos* (Robert Siodmak, 1946), *A quemarropa* (John Boorman, 1967) o *Perros de paja* (Sam Peckinpah, 1971).

> "Como en todas sus obras, la violencia es vista como un virus que lentamente infecta a todo el mundo".

Puede que estos referentes hagan de esta película la más *mainstream* de Cronenberg desde *La zona muerta* (1983), pero el cineasta pervierte y deforma el género en su provecho. Además, las conexiones de ésta con sus obras previas son obvias. Todas las películas de Cronenberg meditan acerca de quiénes somos. El enfermo mental de *Spider* (2002) construye su identidad a base de detalles cotidianos y confusas memorias del pasado, y, tras cinco años en coma, el Christopher Walken de *La zona muerta* se ha convertido en una persona distinta. Como los protagonistas de *Videodrome* (1983) y *La mosca* (1986), Stall es un hombre atrapado en una metamorfosis que es incapaz de controlar. Los personajes de Cronenberg se comportan como si habitaran sus mentes y sus cuerpos por primera vez cuando les observamos. Como en todas sus obras, la violencia es vista como un virus que lentamente infecta a toda la prole: el hijo de Tom manda al hospital al matón del cole, y el sexo con su mujer pasa del erotismo a un terreno más oscuro.

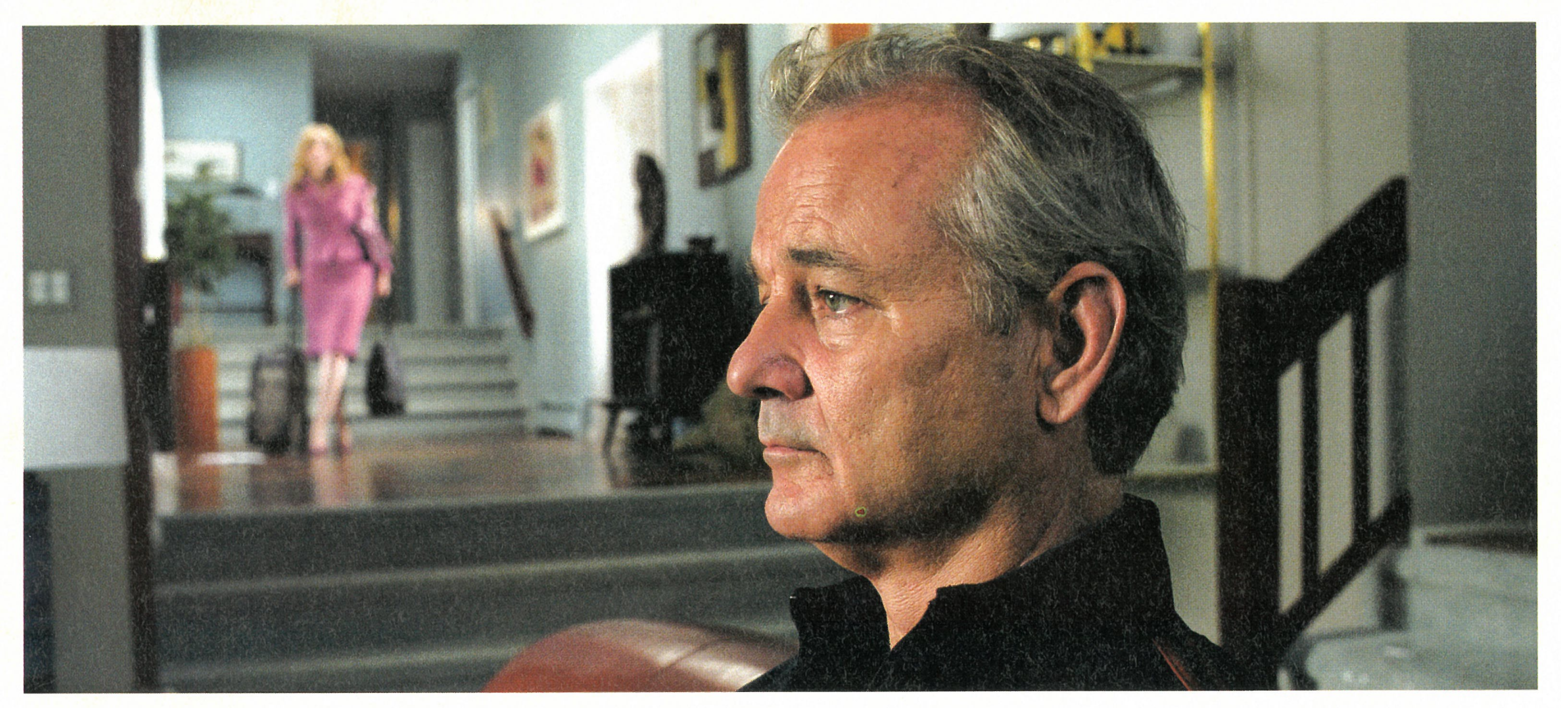
Cronenberg se recrea comprobando cómo los Stall se ven obligados a aceptar que su dócil vida previa era una completa ilusión. Pero ahora conocen la verdad: su familia tiene una historia de violencia. Su familia es la de todos, la de la humanidad, una especie animal de increíble apetito por la crueldad.

En ocasiones, la gente buena debe actuar mal por un fin noble. Es la lógica de la autodefensa. La violencia que Tom Stall comete es justificable, pero también desafortunada y desagradable. Continuamente, Cronenberg nos ofrece sangrientos primeros planos de sus repercusiones. Quiere obligarnos a considerar lo que significa dispararle a alguien en la cara. Y a preguntarnos si no seremos unos ilusos al creer que podemos vivir en paz. **Nando Salvà**

TÍTULO ORIGINAL: BROKEN FLOWERS **DIRECCIÓN Y GUIÓN:** JIM JARMUSCH **FOTOGRAFÍA:** FREDERICK ELMES **MONTAJE:** JAY RABINIWITZ **MÚSICA:** MULATU ASTATKE **PRODUCCIÓN:** JON KILIK Y STACEY SMITH **NACIONALIDAD:** ESTADOS UNIDOS, FRANCIA **INTÉRPRETES:** BILL MURRAY, JEFFREY WRIGHT, SHARON STONE, FRANCES CONROY, JESSICA LANGE, TILDA SWINTON, JULIE DELPY, MARK WEBBER.

"Flores rotas" JIM JARMUSCH

Rosas rosas (marchitas)



Probablemente esta carta nunca llegue a tus manos. Mis palabras no merecen un minuto de tu tiempo. Con un poco de suerte, nunca saldrán de Mis Documentos. Formarán parte de esa memoria del silencio, de aquello que dijimos para los adentros porque quizá no merecía ser escuchado. Y sin embargo.

Sentado ante una pantalla en blanco, casi anulado por el sordo peso del vacío, a punto de naufragar bajo oleadas de resaca mal llevada y soledad autoimpuesta. Ahí estoy, creyendo encontrar en esta epístola frustrada el hilo del que tirar, la forma de embellecer pensamientos pesarosos. La manida y mediocre hipocresía como vaselina emocional. Porque siempre duele (y es un juego a dos bandas) decirle a alguien que aprecias que te ha decepcionado. Preferiría no hacerlo.

Porque solamente los cretinos y los bastardos hablan mal de sus seres queridos. Y aunque nunca hemos compartido un café, un pitillo o un vinilo, he gozado en tu compañía. He escuchado tus palabras y tus silencios, sabiendo que encontraría más preguntas que respuestas, belleza en lo desolado y sentido en la nada. Desde *Extraños en el paraíso* (1984), desde que descubrí el lento discurrir del otro lado del *american way of life*, la agónica respiración del hermoso sinsentido. Compartí callejón, celda y pantano con Tom Waits. Estuve, disfrazado de Elvis, en un motel de Memphis atendido por un tal Screamin' Jay Hawkins. Subí a un taxi en Los Ángeles con Gena Rowlands. Acompañé en su agonía al otro William Blake. Estuve de gira con Neil Young y su Caballo Salvaje. Desenvainé mi catana junto al Perro Fantasma.

> "Encontré en el film mucho de esa extraña mezcla de desazón, aburrimiento y déjà vu, el nudo en la garganta de la mediocridad impostada".

Voy a ponerle música a ver si suena menos feo.

"Everybody's going out and having fun
I'm just a fool for staying home and having none
I can't get over how she set me free
Oh, lonesome me".

Neil Young cantando a Don Gibson (*After the Gold Rush*, 1970).

Don Johnston/Bill Murray sentado en el salón de su casa unifamiliar. Solo, incapaz de retener a su amante. Y van...

Otro seductor, otro coleccionista de flores cortadas que hace recuento de camas vacías y despedidas en el portal. Ahora dobla la esquina y sólo se encuentra a sí mismo. Solo. Derrotado. Y decide desaparecer. Desvanecerse. No ser. Aquél que ha vivido en plenitud sabe lo cerca que está el vacío. Cansarte de ti mismo. Ahogarte en tu propia existencia. Desaparecer.

Hasta que llega esa carta ensobrada en rosa y escrita a máquina.

Y decide levantarse, vadear el río, cribar las aguas en busca del último polvo dorado.

Sentado ante una pantalla en blanco, me ilumina la miserable certeza de que esta vez me he quedado fuera.

Salgo a la calle y el sol brilla de una forma casi absurda. Una hora después me doy cuenta de que las flores rotas se han quedado tiradas en la puerta del cine. Y busco el porqué.

Imagina que te han preparado una cita con alguien que se supone para ti. Estás dispuesto a enamorarte. Vistes tus mejores ropas, elijes la sonrisa adecuada, preparas tus viejos trucos. Y vuelves a casa solo. Y van...

Encontré en *Flores rotas* mucho de esa extraña mezcla de desazón, aburrimiento y *déjà vu*, el desagradable nudo en la garganta de la mediocridad impostada. El vacío bordeando el vacío. El tedio en busca de sentido y encontrando más tedio. Grandes actrices con máscaras mal moldeadas. Un gran actor reducido a un Buster Keaton con chándal y parálisis emocional. Una comedia triste. Imágenes inocuas. Semiótica de bajos vuelos. Una lolita que se llama Lolita. Un Don Juan que mira en la tele *The Private Life of Don Juan* (Alexander Korda, 1934). *Flashbacks* redundantes como rosas rosas. Lluvia artificial en un cementerio. Y alguna emoción.

No sé qué falló. Hay tanta vida detrás de una película, y quién soy yo para decir nada. Solamente he visto la luz proyectada. Sólo soy otro tipo con ínfulas, sentado ante una pantalla, que escribe una carta que nunca enviará. Y además te debo tanto. Quizá sea problema mío. Todo el mundo puede tener un mal día. Solamente decirte que debo decirlo. Y preferiría no hacerlo.

Siempre tuyo. Espero. **Luis Carrizo**



TÍTULO ORIGINAL: MATCH POINT **DIRECCIÓN Y GUIÓN:** WOODY ALLEN **NACIONALIDAD:** ESTADOS UNIDOS, REINO UNIDO **INTÉRPRETES:** SCARLETT JOHANSSON, JONATHAN RHYS-MEYER, EMILY MORTIMER.

"Match Point" WOODY ALLEN

Raskolnikov en Wimbledon

Woody Allen se ha teñido de negro. De hecho, si se me permite, diríamos que se ha armado de mala leche. Se ha ido de Estados Unidos para rodar en Londres. Ha cambiado las visitas al psicoanalista por el desgarro de las pasiones humanas. Y así ha firmado su mejor película en mucho tiempo.

Match Point tiene un buen saque; y si consideramos que una buena secuencia de apertura es un punto valioso, la película comienza con ventaja. Una pista de tenis, una pelota que toca la red y una cuestión que la voz en *off* lanza al aire: ante una pelota suspendida en el filo, todo puede cambiar, dependiendo de si se decanta por un lado o por el otro. Lo que sigue es una historia que tiene mucho de folletín, de pasiones llevadas al límite, y que, cliché a cliché, arrastra extrañamente al espectador. El protagonista de la historia es un ex tenista –un Jonathan Rhys-Meyers a la altura del frío Benoît Magimel– que emprende una ascensión social calculada e imparable. La encargada de sacudir tal tópica trama no es otra que la última diva del cine norteamericano, una Scarlett Johansson que aquí abandona su pose de alternativa para convertir *Match Point* en una tragedia clásica y en un vendaval de pasión. La pulsión sexual entre los dos protagonistas es llevada al límite la secuencia en donde ambos se enfrascan en un tórrido revolcón bajo la lluvia que poco tiene que ver con las camas neoyorquinas.

Match Point se sitúa en un extraño punto entre el thriller psicológico a lo Patricia Highsmith y el realismo psicológico de Dostoievski. De hecho, *Crimen y castigo* planea sobre la película de forma abierta –es el libro que en un momento lee el protagonista– y de forma más tamizada en uno de los asesinatos que rompen el relato. La ascensión social se pone en entredicho y comienza el descenso, el calvario y la espiral moral. Finalmente, los giros llevan el film al grado perfecto de perversidad, y la pelota, caiga del lado que caiga, le da el punto de partido a un Woody Allen que ha vuelto a su mejor forma. **Violeta Kovacsics**

> "Allen ha cambiado las visitas al psicoanalista por el desgarro de las pasiones humanas."



TÍTULO ORIGINAL: ME AND YOU AND EVERYONE WE KNOW **DIRECCIÓN Y GUIÓN:** MIRADA JULY **NACIONALIDAD:** ESTADOS UNIDOS, REINO UNIDO **INTÉRPRETES:** JOHN HAWKES, MIRANDA JULY, MILES THOMPSON.

"Tú, yo y todos los demás" MIRANDA JULY

Elegir el emoticono perfecto

Había algo en el tráiler de esta película que invitaba a enviárselo a las personas más cercanas, a las que más nos importan. Los poco más de dos minutos que duraba tenían una fuerza extraña. Insinuaba historietas preciosas, lanzaba imágenes llamadas a quedarse para siempre y sonaban canciones –entre ellas, la versión de Spiritualized de *Anyway That You Want Me*– de las que hacen el mundo mejor. A juzgar por ese anuncio encendido, el primer largometraje de Miranda July estaba predestinado a cambiar vidas en la medida de sus posibilidades. Y así ha sido. Artista polifacética e hiperactiva, esta estadounidense de treinta y pocos firma una de las películas más conmovedoras de los últimos años. Su planteamiento, su estructura y sus temas base no son originales: *Tú, yo y todos los demás* es un film de vidas cruzadas –aunque el protagonismo recae en la pareja principal– y con la soledad, el sentido de pérdida y la fragilidad del ser humano como motores de la acción. Pero sí es inusual la sensibilidad con que July la aborda. Sabedora de que en el cine hasta el más mínimo detalle puede mejorar o traicionar una idea, la directora se acerca con cuidado a las rutinas de Christine (la propia July), Richard (John Hawkes) y todos los demás. Los observa con atención, de igual a igual, no los juzga nunca y tiene una forma muy peculiar de mostrar lo que les pasa. Se trata de convertir las cosas más simples y las que menos les enorgullecen en un testimonio harto poético de lo que les duele y lo que podría calmar su dolor.

> "La película está predestinada a cambiar vidas en la medida de sus posibilidades".

Delicadas, de una belleza plástica casi irreal y sin amago de emoción impostada, las instantáneas diarias de estas personas en busca de razones por las que madrugar si es necesario marcan por su capacidad para revelar cosas mucho más complejas. Jamás la elección de un simple emoticono, el miedo a las llamadas perdidas, la manía de contar nuestros pasos o la necesidad de comprar compulsivamente habían querido decir tanto. **Desirée de Fez**

Festival Internacional de Cine de San Sebastián.
DEL 15 AL 24 DE SEPTIEMBRE DE 2005.

En busca de nuevas miradas

F: IÑAKI PARDO



LA 53ª EDICIÓN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN NO HA ACABADO DE CONVENCER A LA MAYORÍA DE PERIODISTAS ALLÍ ACREDITADOS. SCOPE MAGAZINE HA REUNIDO A TRES DE SUS COLABORADORES DESPLAZADOS AL CERTAMEN DONOSTIARRA Y LOS HA SENTADO ALREDEDOR DE UNA MESA VIRTUAL PARA QUE DEBATIERAN EN TORNO A LAS LUCES Y LAS SOMBRAS DE SAN SEBASTIÁN 2005.



VK.
VIOLETA KOVACSICS



LS.
LOPE SERRANO



TV.
TONI VALL

TV: Vista en su conjunto, la sección oficial me pareció francamente pobre. Un festival de clase A como éste no puede permitirse una sección oficial sin títulos llamativos ni autores importantes (a excepción de Michael Winterbottom y Terry Gilliam). Además, marginar completamente el cine norteamericano es una opción arriesgada que puede salir bien siempre y cuando los títulos europeos aporten un grado de calidad capaz de sostener, en su conjunto, un mamotreto de veinte títulos.

VK: Creo que la sección oficial no distó mucho de la de ediciones anteriores. Siguió la misma línea: la de un cine social, coral y eminentemente dramático. Es el caso de *Odgrobadogroba* (*Grave-hopping* de Jan Cvitkovic), que comienza como comedia para luego dar un giro brusco –por no decir poco ético– al drama trascendente. En cambio, los films más interesantes no respondían a este patrón, sino que eran de género: *El aura* de Fabián Bielinsky y *Entre ses mains* de Anne Fontaine, dos thrillers.

LS: Suele decirse que al festival le perjudica su calendario. No sé. Cuando voy a un festival me cuesta dar con una visión de conjunto más o menos compacta. Pero en general, tanto este año como en otras ocasiones, me da la impresión de que el cine que se ve es mucho más solemne, antiguo y escandaloso de lo que la vida, tan rara, es capaz de proponer. No quiero parecer apocalíptico-eucalíptico, pero me da la impresión de que ya no es en un festival de clase A donde se ven las cosas más nuevas. ¿No os parece que el inmenso flujo de imágenes en que vivimos nos hace cada vez más escépticos con las películas? ¿O que muchos autores siguen reverenciando la figura del "narrador", sin jugar ni reír? Ni *L'enfer* de Danis Tanovic, ni *Iluminados por el fuego* de Tristán Bauer ni *Spiele Leben* (*You Bet Your Life* de Antonin Svoboda), por poner tres ejemplos dispares, me parecieron cosas nuevas. Correctas, serias, tradicionales. Pero fresquitas, fresquitas, nada.

La frase

"Un festival de clase A como éste no puede permitirse una sección oficial sin títulos llamativos ni autores importantes".

TV: Pues un poco sí me da esta impresión. San Sebastián nunca ha sido un festival de campanillas, pero, como en casi todos los festivales, siempre se puede encontrar esa joya escondida o esa rareza *freak* reivindicable. Este año, no. Ha habido películas correctas sin más. Como por ejemplo las españolas: a pesar de su irregularidad no hay ninguna insultante. *Obaba* de Montxo Armendáriz es bonita e intensa pero insustancial, *7 vírgenes* de Alberto Rodríguez tiene su gracia pero la has visto treinta veces, *Malas temporadas* de Manuel Martín Cuenca dice algunas verdades como puños pero acusa un exceso de gravedad y *Sud Express* de Chema de la Peña y Gabriel Velázquez es muy interesante pero algo desigual en sus historias. Y estoy de acuerdo en ese concepto de "seriedad" que transpira todo. Falta un poco de chispa e imaginación. La excepción tiene un nombre: Michael Winterbottom. *A Cock & Bull Story* es un buen ejemplo de una vía poco explotada por el cine visto en Donostia este año: la experimentación argumental, la búsqueda de nuevos lenguajes que no fatiguen, el juego en su estado más puro.

VK: Igualmente, creo que este año el problema estuvo en Zabaltegi, que siem-

pre aportaba el brillo que le falta a la sección oficial. No sé las razones de lo mal que ha estado Zabaltegi. ¿Un mal año para los grandes nombres? No creo...
TV: En Zabaltegi ha habido películas muy interesantes como *Dentro de Garganta profunda,* excelente documental de Fenton Bailey y Randy Barbato; fallidas pero reseñables como *Mary* de Abel Ferrara; y tonterías como *Vers le sud* de Laurent Cantet. Y *Match Point* de Woody Allen: un prodigio de elegancia y sabiduría narrativa, un título ya de referencia en su filmografía.
VK: Creo que si hablamos de frescura, tenemos que hablar de *Tú, yo y todos los demás*, la ópera prima de Miranda July. Y si hablamos de excepciones, de *Flores rotas* de Jim Jarmusch; viéndola entendí el tiempo que se tomó tras su último largo, pues me parece una película de madurez y, sin duda, la más redonda de su filmografía. Y, ésta sí es una película trascendente; muy amarga, pero también con un gran sentido del humor. El punto de partida –el Don Juan envejecido– es lo de menos. Su grandeza está en cómo cuenta la historia: cómo describe al protagonista con un simple plano de él en el sofá, cómo construye un clímax emocional atípico... Aparte, dirige con un aplomo que no vi en ningún otro film del festival, excepto en el de Allen.
TV: La película de Jarmusch me parece buena y muy interesante pero argumentalmente decepcionante. La historia es atractiva y está bien narrada, pero ya hemos visto antes muchas otras películas con este punto de vista desencantado y sarcástico hacia un personaje perdido como el de Bill Murray. No acabo de entender por qué Jarmusch ha hecho ahora un film con un argumento tan convencional. El final es muy bueno, pero el desarrollo es desigual, con algunas historias fantásticas –la de Sharon Stone– y otras mal resueltas –la de Jessica Lange–. No me parece, ni de lejos, la mejor obra de Jarmusch, pero es una apuesta estimulante, con mucha enjundia emocional capaz de conectar con el espectador y un protagonista que, a pesar de repetirse más que el ajo, cae inevitablemente bien.

La frase
“Me da la impresión de que el cine que se ve es mucho más solemne, antiguo y escandaloso de lo que la vida, tan rara, es capaz de proponer”.


El premiado: Juan José Ballesta ('7 vírgenes').

LS: Más allá de lo que nos puedan seguir emocionando nuestros papás Jarmusch y Allen, lo que habría que concluir es que ha llegado un momento –no sé cuándo llegó pero está aquí– en que la suspensión de la credibilidad de la que se nutre cualquier ficción es más débil. O sea, que una historia como la de *El arco* de Kim Ki-duk, de un viejito que aguarda con pulcritud el día en que su joven protegida será mayor de edad para poder acostarse con ella, podía conmover hace cincuenta años porque su estrategia dramática es la propia de hace cincuenta años. Pero no puede hacerlo hoy si no hay risa en la amargura, diversión en la mitología, trampa en el juego, ironía en el amor, desafecto a la autoría, cinismo en la política y una puesta en escena antagónica a la de los anuncios de Nokia. Esto lo digo porque Kim Ki-duk fue presentado ante el público como una mirada nueva. No quiero tampoco cargar las tintas contra el coreano y no es el festival el responsable de su ñoñería, pero ante tanto arabesco naïf, uno echa en falta el lema de trabajo de Winterbottom cuando se le preguntaba el año pasado por *9 Songs*, película pretenciosa, sí, pero al menos mucho más inquieta: *“as simply as possible”*.
VK: Sin duda, este año no ha habido el atrevimiento que vimos el año pasado con *9 Songs*, a la que el tiempo le va dando la razón. De hecho, *El arco* está un poco en las antípodas del ejercicio de Winterbottom. Además, desprende cierto pudor hacia el sexo, algo que ya se encontraba en la loable *Hierro 3*. También encontré dudas en la aproximación a la sexualidad de *Vers le sud*, quizá la decepción más dolorosa. Es una cinta plana que cuenta con un solo destello: la primera narración, carnal e hipnótica, de un encuentro amoroso. E insisto, la inquietud y el atrevimiento vinieron de la mano de Miranda July. *Tú, yo y todos los demás* no tiene nada de “solemne o antigua”, parafraseando a Lope. Puede que tenga un gran componente generacional, pero se agradece ya que últimamente es algo que escasea. De hecho, ahí es donde entronca con *Flores rotas*, pues en ambas hay un fondo de soledades mucho más estimulante y contemporáneo que en cualquier otra propuesta de pretensiones trascendentes, y pienso ahora en *L'enfer*.


Premio del jurado: 'Iluminados por el fuego'.

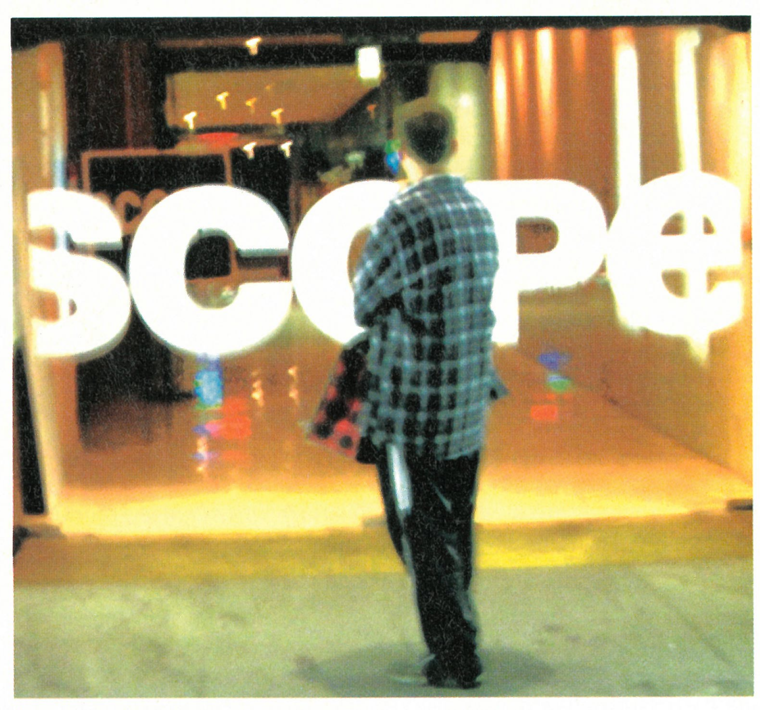

La inaugural: 'Obaba'.

TV: Celebro, y no sabéis cómo, que los tres coincidamos en apreciar *9 Songs*, la fantástica e incomprendida película de Winterbottom, que me fascinó y voté como una de las cinco mejores del año pasado. No pude ver *El arco*, pero coincido en el cierto agotamiento que padece Kim: me gustó (con reservas) *Hierro 3*, pero me asqueó profundamente *Samaritan Girl*. Yo disiento en vuestro rechazo a *L'enfer*. Es una película grave y pretenciosa, pero me pareció dramáticamente muy intensa y bien interpretada. Va en su contra la cantidad de veces que hemos visto historias similares y mejor resueltas, por el propio Kieslowski –autor del guión original de ésta– sin ir más lejos. *Vers le sud* me pareció una tontería bufonesca sin gracia con ínfulas de emular al Rohmer más festivo y al Ozon más hiriente, pero quedándose en una superficialidad pasmosa.
VK: De entre tantas decepciones también cabe rescatar la ganadora de la Concha de Oro: la checa *Stestí* (*Something Like Happinness* de Bohdan Sláma), que, aunque podría resumirse como cine social y coral, tiene un final que no pretende ser una sentencia y no teme dejar abiertas algunas historias (hasta el punto de abandonar acertadamente algunos de sus personajes). En definitiva, es una película correcta y en la línea de la triunfadora del año pasado, *Las tortugas también vuelan* de Bahman Ghobadi.
TV: Tampoco a mí me pareció un disparate la Concha de Oro para *Something Like Happinness,* teniendo en cuenta la sección oficial. Es una película de aceptable visión pero bastante convencional en lo que respecta a los personajes. Mike Leigh hizo algo parecido con *Todo o nada* (2002) y evidentemente le salió mejor. El premio especial del jurado fue para *Iluminados por el fuego*, una cinta esforzada pero bastante precaria tanto argumental como técnicamente. Los premios interpretativos son del todo intrascendentes. Ni Anna Geislerová, protagonista de *Something Like Happinness,* ni Juan José Ballesta, de *7 vírgenes*, destacan especialmente por la excelencia de sus trabajos. Un palmarés políticamente correcto, sin riesgos y sin demasiada polémica.


Una de las preferidas: 'A Cock & Bull Story'.

La frase
“La inquietud y el atrevimiento vinieron de la mano de 'Tú, yo y todos los demás' de Miranda July”.


La ganadora: 'Something Like Hapinness'.



Scope Cines, sede de las proyecciones de films del Festival Asia. F: LUCRECIA OLANO

Festival Asia
DEL 5 AL 9 DE OCTUBRE 2005
Vorágine asiática

Por cuarto año, el Festival Asia ofreció la oportunidad, en Madrid y diversas poblaciones catalanas, de disfrutar de los espectáculos y formas artísticas del continente oriental. Los interesados pudieron sentirse más cerca que nunca de la cultura asiática, cada vez menos extraña a la mirada occidental. Desde probar las delicias de Irak hasta quedar prendados por la música contemporánea japonesa de la mano de Leni-Basso. El caso más llamativo era el de la sección de cine, que tenía lugar en los recién inaugurados Scope Cines de Barcelona.

Con sus tres salas, una de ellas dedicada exclusivamente a homenajear al cine de Bollywood, el festival logró tener una programación notable y bien equilibrada en las otras dos salas. La joya de la corona era el breve ciclo dedicado a la productora japonesa Nikkatsu, que incluía tres películas del octogenario Seijun Suzuki, imprescindibles para todo amante del cine. Su visionado era una ocasión perfecta para acercarse a la filmografía del director de la radical *Pisutoru Opera(Pistol Opera*, 2001), que consta de más de cincuenta títulos. *Yaju no seishun* (*Youth of the Beast*, 1963), *Tôkyô nagaremono* (*Tokyo Drifter*, 1966) y *Koroshi no rakuin* (*Branded to Kill*, 1967) son películas de puro género yakuza. Las peleas entre clanes enfrentados quedan violentamente expresadas por el estilo exagerado de Suzuki, que ya da pistas del giro que su cine va a tomar hasta llegar a la antes mencionada *Pistol Opera*. Su estilo de deconstrucción, su peculiar manera de usar el color o su preciso montaje hacen que estas tres películas destaquen, entre otras cosas, por encima de la gran cantidad de cine de yakuza que poblaba la década de los cincuenta y sesenta. Sin embargo, la parte cinematográfica del Festival Asia no sólo se nutrió de Suzuki, a quien hubiera sido interesante dedicar un homenaje más amplio. También aparecía en cartelera *Dai si gein* (*Breaking News*, 2004) del hongkonés Johnny To, que supuso una gran oportunidad para disfrutar del mítico plano secuencia al inicio del film. El Festival Asia se presenta como una oportunidad para poder deleitarse con la cultura oriental. Sería interesante que para próximas ediciones se amplíe su duración para no obligar al espectador a tener que elegir y así poder gozar del amplio número de posibilidades que ofrece este evento. **Daniel Ureña**

"EL NOVENO DÍA"
VOLKER SCHLÖNDORFF

TÍTULO ORIGINAL: DER NEUNTE TAG. **INTÉRPRETES:** ULRICH MATTHES, AUGUST DIEHL, HILMAR THATE.

El noveno día es artesanía buena. Schlöndorff narra sin desfallecimientos. Es esmerado en la composición de los planos, que siempre dan información muy exacta. Elabora atmósferas ricas en matices y sugestiones. Los actores dan su mejor medida, y una puesta en escena muy depurada les ayuda a ello. Hay en ella sabiduría dramatúrgica. Pero también se aventura a abordar temas tan complejos de representar como el alcance de la responsabilidad moral y las pruebas a que pueden ser sometidos los principios en situaciones extremas. Pone en pantalla la tentación viscosa de la ambigüedad y la mala fe con que el nazismo permitió a tantos disimular su dejación; aunque también sea capaz de comprender la fuerza imperiosa de ese instinto de conservación. Puede que en algunos momentos la película se embrolle en discusiones teológicas que no acaban de resolverse, pero es un mal pasajero. Porque el resto compone un film a contrapié que rehúye la espectacularización de la historia en favor de capturar sus movimientos íntimos, que elude las truculencias sentimentales y que sin esos artificios, con sobriedad, convence. **Alexandre D'Averc**

"7 VÍRGENES" ALBERTO RODRÍGUEZ

INTÉRPRETES: JUAN JOSÉ BALLESTA, JESÚS CARROZA, VICENTE ROMERO.

El cine *vérité* tiene sus riesgos. Querer reflejar realidades, comportamientos y conflictos sacados directamente de la calle implica la necesidad de un enfoque documental –o semi– o bien de un director con mirada cristalina para construir una ficción invisible donde todo transpire credibilidad y verosimilitud. Con *7 vírgenes* Alberto Rodríguez ha conseguido un híbrido un tanto extraño, beneficiado por una factura visual y unas interpretaciones realmente conseguidas y minimizado por unas contradicciones de fondo que transmiten un cierto esquematismo. Estamos ante una película llena de espontaneidad y loables trazos de desparpajo dramático tanto en el devenir de su narración como en la creación de sus situaciones. Se acusa, eso sí, un exceso de convencionalismo argumental para una historia que nos sabemos de memoria desde que empieza hasta que concluye. Asimismo se hubiera agradecido también un enfoque más limpio y menos condicionado, que no convierta a unos delincuentes en adalides de la libertad y la superación personal a los que comprender y jalear. **Toni Vall**

"BATALLA EN EL CIELO"
CARLOS REYGADAS

INTÉRPRETES: MARCOS HERNÁNDEZ, ANAPOLA MUSHKADIZ, BERTHA RUIZ, DAVID BORNSTIEN.

Ésta es una película OVNI. ¿Por qué viene? ¿Qué pretende? Sólo el morbo alimenta el "¿de dónde ha venido?". Al final de la historia, lo que de verdad sabemos es que permanece de forma espectral y persistente. Más allá la polémica por sus pretensiones o si los protagonistas son feos o guapos y su sexualidad es más digna de ser filmada o no, el film es una voz que habla en susurros de barbaridades. Aquí se dice que se mueren bebés –solo se dice y es horrible–, la lucha de clases se libra con orines y se busca penitencia de rodillas y sangrando en un mundo enrarecido. Reygadas planifica en trance, como los cambios de viñetas del Daniel Clowes de *Como guante de seda forjado en hierro*. Perturba tanto un hombre desnudo sin saber qué hacer como el ascenso a una montaña tomada por la niebla. La cinta se lee como un ambiente donde naturalismo, el Mal y una antietnografía mejicana, de colección de cromos, se dan la mano. Más allá de si cuenta algo o no, es un retrato de algo inaprensible. Formula preguntas y no pretende en ningún momento resolver su mundo. Un mundo donde todo da miedo. **Ramón Ayala**

"EL AURA" FABIÁN BIELINSKY

INTÉRPRETES: RICARDO DARÍN, DOLORES FONZI, PABLO CEDRÓN Y ALEJANDRO AWADA.

Todo hace suponer que Fabián Bielinsky tenía este film en la cabeza desde hace mucho tiempo, desde mucho antes de dar a luz a su popular *Nueve reinas* (2000). Sólo eso explicaría una película tan perfecta y personal como la que nos ocupa. *El aura* está en una dimensión paralela a la de su antecesora. Sólo comparte con ella algunas ideas de base, entre ellas la mentira como mecanismo de acción de los personajes. El resto es otra historia. Lo que allí era instintivo aquí es cerebral. Lo que allí era nervio aquí es templanza. Lo que allí era ingenio aquí es genio. En una propuesta que remite en estilo, tono e intenciones a la obra de cineastas del peso de Jean-Pierre Melville y Michael Mann, el director bonaerense filma con maestría el periplo criminal de un taxidermista (Ri-

cardo Darín). Lo hace sin prisas, con un tacto extraordinario, convirtiendo cada imagen de su crónica en una instantánea –a la vez poderosa, bella y turbadora– de los instintos más salvajes del ser humano. **Desirée de Fez**

"EL LEÑADOR" NICOLE KASSELL

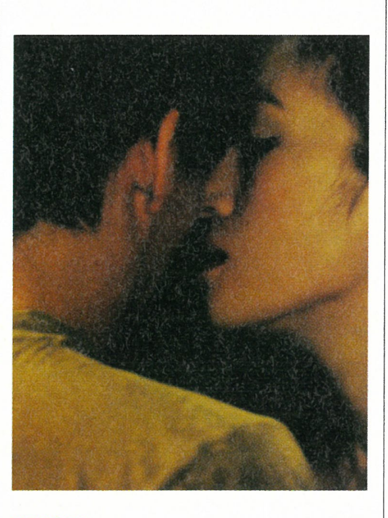
T.O.: THE WOODSMAN **INTÉRPRETES:** KEVIN BACON, KYRA SEDGWICK, BENJAMIN BRATT.

En este cuento, el leñador no rescata a Caperucita Roja de la panza del lobo. En realidad, es él quien se la come. El leñador se llama Walter –Kevin Bacon, magnífico–, es un pederasta y trata de reinsertarse tras doce años entre rejas. Es muy difícil imaginar qué debe de sentir una persona en su situación, y de ahí el valor del perfil trazado por la debutante Nicole Kassell: un hombre perplejo, fantasmagórico, tan asustado por sus compulsiones que se esconde del mundo por el bien de todos, y que, en tanto que prisionero, de la sociedad y de sí mismo –los espacios cerrados y los planos aún más cerrados por dondee se mueve lo dejan claro–, demuestra la condición primaria del sexo: suprime cualquier posible expresión del mismo y buena parte de tu personalidad desaparecerá en el proceso. La película no pretende disculpar, pero al menos trata de entender que nadie escoge sus impulsos sexuales, y de demostrar, evitando el sensacionalismo, el moralismo y la lástima redentora, que no hay garantías de que Walter pueda controlar los suyos mucho tiempo. **Nando Salvà**

"WALLACE & GROMIT. LA MALDICIÓN DE LAS VERDURAS" STEVE BOX Y NICK PARK

T.O.: WALLACE & GROMIT IN THE CURSE OF THE WERE-RABBIT **I.:** PETER SALLIS, RALPH FIENNES.

Todas las películas de animación que ha producido Dreamworks las ha podido escribir un predicador excesivamente didáctico que despierta su afición por el monólogo cómico. Recordemos: *El príncipe de Egipto* (1998), *Shrek* (2001), *Madagascar* (2005)... Cada vez se usa más texto para ilustrar una idea, a cuyo entorno gira la acción hasta que pierde el sentido. Sólo hubo una excepción con *Chicken Run. Evasión en la granja* (Peter Lord y Nick Park, 2000), el primer encuentro de Dreamworks con la productora Aardman. *Wallace & Gromit. La maldición de las verduras* es su segundo trabajo en equipo. Todavía tiene los términos de Dreamworks para un humor claro y blanco, pero Aardman los sitúa en su máxima tensión. Su animación es dinámica, y los diálogos los mide a peso. Sólo valen para chistes malos con parónimos y frases hechas (muy penosos de traducir a nuestro idioma), por lo que anulan la palabra misma. En silencio puede verse que la animación es irracional, destructora del sentido, libre de toda lógica verbal, y que por ello es cómica. **Ricard Ramos García**



"EROS" MICHELANGELO ANTONIONI, STEVEN SODERBERGH, WONG KAR-WAI.

INTÉRPRETES: GONG LI, ROBERT DOWNEY JR. Y CHRISTOPHER BUCHHOLZ.

El largometraje como formato contenedor de películas cortas sigue cumpliendo con su única función: permitir el estreno comercial de obras que por su duración difícilmente llegarían a nuestras salas. *Eros* reúne a tres directores de diferentes continentes para que propongan su visión personal del amor. Wong Kar-wai en *The Hand* vuelve a explotar aquello que tan bien le salió en *Deseando amar* (2000): el erotismo sublimado de dos amantes que apenas llegan a rozarse. *The Hand* todavía sabe sumergirnos en esas atmósferas asfixiantes, de tan preñadas de sensaciones, que en *2046* se evaporaban por pura acumulación de estímulos. Steven Soderbergh deja salir su Mr. Hyde experimental en *Equilibrium*, tan curiosa como incomprensible. Finalmente, *Il filo pericoloso delle cose* de Michelangelo Antonioni es tan mala que duele por tratarse de quien se trata. Antonioni retoma ese erotismo light y trasnochado de *Más allá de las nubes* (1995) que se queda en la recreación senil de mostrar actrices hermosas desnudas. Snif. **Eulàlia Iglesias**

"20 AÑOS NO ES NADA" JOAQUÍN JORDÁ

INTÉRPRETES: ANTIGUOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA NUMAX.

"No pienso volver a dar golpe en la vida, por lo menos lo voy a intentar"... En medio del fracaso de su experiencia de autogestión, éste era uno de los deseos de los trabajadores de Numax el día de la fiesta de cierre de su empresa. Una fiesta que también cerraba un documental que meses antes los mismos trabajadores habían encargado a Joaquín Jordá: *Numax presenta...* (1979). Ahora, con *Veinte años no es nada*, el director se centra en el rencuentro de estos trabajadores y en las historias de sus vidas luego del cierre de Numax. Aprendizaje, desengaño, nostalgia y una fiesta al final, pero sin la increíble fuerza del primer documental. Algo se le escapa a Jordá dentro de una estructura narrativa que abusa del cliché y del encuentro prefrabricado entre los personajes. Además, una estética que se entrega al reportaje televisivo desdibuja a veces un relato que, no obstante, también es capaz de hablar a la memoria: la transición española no fue tan bonita como la pintan. **Juan Mute**



"EL ARCO" KIM KI-DUK

T. O.: HWAL **INTÉRPRETES:** HAN YEO-REU, SEO SI-JEOK, JEON GOOK-HWAN.

Un marinero viejo vive en alta mar con una niña preciosa que ya tiene cuerpo de mujer pero aún no la edad reglamentaria para compartirlo. Mientras espera con ceremonial impaciencia el día para tomarla, la mima y la protege de los hombres que a su barco acuden a pescar y a conocer el futuro; por lo visto, el abuelo se las da de oráculo y de eso vive. Como un Guillermo Tell adivinador, dispara con un arco a su propio barco usando como señuelo a su niña, que se columpia de babor a estribor, dejando siempre en su balanceo un pequeño resquicio por donde pasan las flechas y se dibuja el futuro y la naturaleza de un amor que no conoce el miedo al dolor físico.

Con un material tan sublime, hay que tener mucha gracia para que lo de la niña no nos parezca un simple y llano secuestro, lo del amor sin miedo un cuento y lo del arco un anuncio de telefonía. Y la verdad es que, en esta ocasión, Kim Ki-duk no ha estado muy gracioso. Más bien todo lo contrario: sus escenas son reiterativas, sus imágenes son fofas y su sensibilidad acaba tomando ese vulgar tono poético por el cual los orgasmos los provoca un anzuelo bien lanzado. Y ya les digo que no es una metáfora. **Lope Serrano**

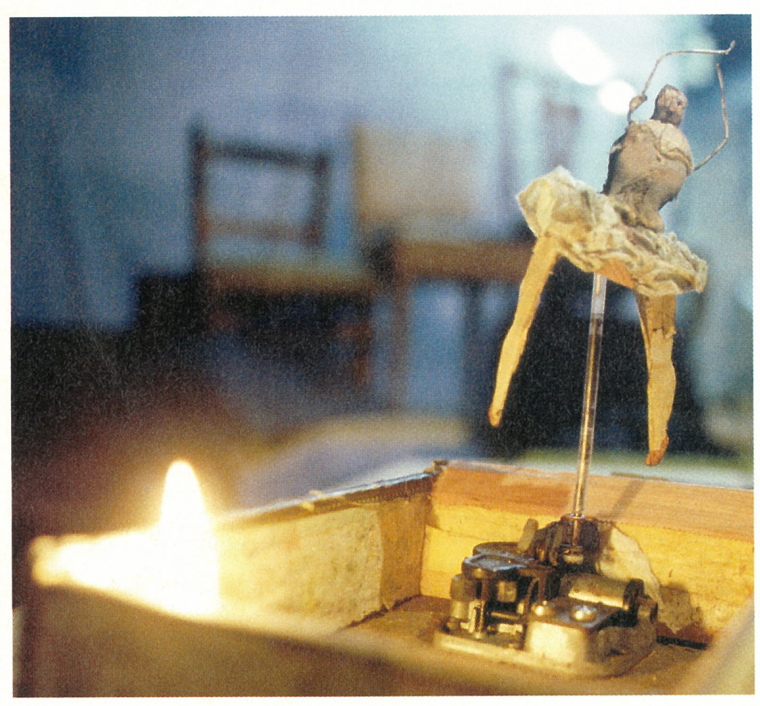


"KISS KISS, BANG BANG" SHANE BLACK

INTÉRPRETES: ROBERT DOWNEY JR., VAL KILMER, MICHELLE MONAGHAN, CORBIN BERNSEN.

"No se preocupen, he visto 'El señor de los anillos' y mi película no va a tener 17 finales", nos asegura Harry Lockhart (Robert Downey Jr.) al final de *Kiss Kiss Bang Bang*. Un rato antes ha parado la historia para pedirles a los extras que salgan del plano porque estorbaban. Y es que, amén de plagiar sin pudor y con mucha coña a Raymond Chandler y a James Ellroy por igual, la película juguetea con estructuras narrativas y clichés genéricos: el tipo duro, por ejemplo, es gay, y las pistas falsas son, en realidad, claves para resolver un misterio que en realidad importa bien poco.

Como todos los guiones previos de Shane Black –*Arma letal* (Richard Donner, 1987), *El último Boy Scout* (Tony Scott, 1991)–, su debut como director se centra en dos personajes con personalidades y métodos opuestos obligados a colaborar. Black reitera su buena mano involucrándolos en secuencias de acción frenéticas e inspirados gags. Aunque demasiado encantado de su propio ingenio, el film muestra una saludable falta de respeto por los géneros puros. El resultado es una deconstrucción francamente divertida. **Nando Salvà**



La poesía de los autómatas de 'Hermanos Oligor', ganadora de Docúpolis5.

Docúpolis5, Festival Internacional Documental de Barcelona

DEL 5 AL 9 DE OCTUBRE 2005

Un día, de tanto verte, te vi

Confusión es asistir al final de la proyección de un documental, levantarte y que de pronto, sin más, la luz vuelva a apagarse y comience la proyección de otro. Extraño es ojear, en medio de la oscuridad, el programa impreso del festival y descubrir que el nombre del documental que ahora estás viendo no aparece en ninguna parte. Sorpresa es levantar los ojos y entonces disfrutar de *La Strada* (del croata Damir Cucic), un documental magnífico, libre del ruido de entrevistas y de los acostumbrados corsés narrativos, para así comprender que al fin algo bueno e inesperado ha ocurrido en Docúpolis5. Algo que rompe con la temática de las ediciones anteriores del festival, es decir, con el protagonismo del documental de corte social, político y de denuncia que, si bien es tan válido como cualquiera, apenas dejaba espacio a otras propuestas. La selección de este año, por primera vez variada, contradictoria y hasta experimental, dibujó un mapa mucho más consciente del cine documental.
Docupolis5 se inauguró con la combativa *Apaga y vámonos* (Manel Mayol), de excelente factura pero que innecesariamente tropieza con el "síndrome" del documentalista actor a lo Michael Moore. Después comenzaría la proyección de setenta documentales, pero hay que decir que esta vez, y por suerte para todos, los típicos documentales de denuncia fueron eclipsados por la retrospectiva del gran maestro brasileño Eduardo Coutinho.
Hubo ganas de ver buen cine documental y los premios del jurado respondieron a un equilibrio que supo asumir ciertos riesgos. Es el caso de las menciones que se otorgaron a la fuerza vital de *The Twisted Dream of a Fixed Rider* de Rafael Benito (mención de honor al mejor documental) o a la crudeza de *The Curse of the Hedgehog* de Dimitru Budrala (mención de honor al premio ópera prima). El ganador del premio al mejor documental, *Hermanos Oligor* (Joan López Lloret), usa una estructura clásica para retratar el caótico y casi imposible mundo de sus personajes. Una mezcla, en fin, atrevida y con sustancia. Lo que todos esperamos que sea Docupolis6. **Juan Mute**

"MALAS TEMPORADAS"
MANUEL MARTÍN CUENCA

INTÉRPRETES: JAVIER CÁMARA, NATHALIE POZA, LEONOR WATLING Y GONZALO PEDROSA.

El director de *La flaqueza del bolchevique* (2003) aspira aquí a componer algo realmente ambicioso: una película sobre la infelicidad moderna (y la de los españoles en particular) con espacio incluido para las connotaciones políticas y sociales. Situada en el corazón de Madrid, *Malas temporadas* sigue la peripecia vital de un grupo de personajes unidos por la miseria: un hombre a la búsqueda (dolorosa) del hombre al que amó en prisión, la trabajadora de una ONG y su último amor, un exiliado cubano que sobrevive traficando tabaco, entre otros. Por desgracia, el director se muestra obsesionado por cubrirlo todo con gruesas capas de efectismo visual y musical que convierten la cinta en algo más artificioso de lo que debería. Subrayar las emociones resulta del todo innecesario cuando se cuenta un *casting* capaz de hacer creíble cualquier situación, incluso la más inverosímil (en el tramo final abundan las de esta clase). *Malas temporadas* muere en su sed de importancia. **Juan Manuel Freire**



"LA ESCURRIDIZA, O CÓMO ESQUIVAR EL AMOR"
ABDEL KECHICHE

T.O.: L'ESQUIVE **INTÉRPRETES:** OSMAN ELKHARRAZ, SARA FORESTIER, SABRINA OUAZAN.

El acierto de Abdel Kechiche en su lectura del extrarradio parisino reside en el punto de vista. Teje una historia de amor adolescente –no de ésas de pega que se inventan los guionistas cuarentones– e introduce en la trama al dramaturgo clásico Marivaux con ensayos de *Juegos de amor y fortuna*. Donde otros hubieran visto tráfico de drogas y violaciones, Kechiche ve otro discurso. Como si de un Rohmer rejuvenecido se tratara, filma a un puñado de chicos y chicas que intentan quererse, que se empeñan en hacer teatro –por arrebato adolescente o por amor– que deben tomar decisiones pequeñas y que viven en un barrio a menudo retratado sólo para lo malo. Rueda en digital alejándose de clichés. Calcula el tamaño de sus planos con los aspectos más emocionales de la narración en lugar de dejarse llevar por la cámara en mano con la que todo vale. Tan milimétrica es su propuesta que confundiremos momentos robados por escenas ensayadísimas y un guión que nos deleita en el arte de la elipsis. Tan fresca que deja en evidencia a la mayoría de cine de contenido social que campa por las carteleras. **Ramón Ayala**

"JAPÓN" CARLOS REYGADAS

INTÉRPRETES: ALEJANDRO FERRETIS, MAGDALENA FLORES, YOLANDA VILLA, MARTÍN SERRANO.

La principal virtud del cine de Carlos Reygadas deviene también, por momentos, su principal defecto. Es un cine pretencioso. Quiere ir mucho más allá de donde llegan la mayoría de cineastas que se instalan en la confortable tibieza de la convencionalidad. Para su debut en el largometraje, el mejicano se adentra en una historia de retorno a la vida. La de un intelectual urbano que decide viajar al último rincón de México para suicidarse. Allí, su estructurada mente racional, que parecía haber llegado a la última conclusión posible, se tambalea a partir del encuentro con una inocente señora mayor. Entre ambos se establece una relación especialmente atractiva porque huye de toda categorización y que representa, como en su siguiente obra *Batalla en el cielo*, el intento de unión de dos mundos, dos clases sociales, dos Méxicos, para Reygadas en el fondo irreconciliables. Como ha corroborado más tarde con su acercamiento al paisaje urbano de su segundo largometraje, el cineasta excele especialmente a la hora de filmar a sus personajes en relación con su entorno, aquí unos paisajes de horizontes inabarcables, a los que aplica una mirada que nos recuerda las de Abbas Kiarostami o Andrei Tarkovski. **Eulàlia Iglesias**



TÍTULO ORIGINAL: SARABAND **DIRECCIÓN Y GUIÓN:** INGMAR BERGMAN **NACIONALIDAD:** SUECIA
INTÉRPRETES: LIV ULLMANN, ERLAND JÓSEPHSON, BÖRJE AHLSTEDT, JULIA DUFVENIUS, GUNNEL FRED.

"Saraband"
INGMAR BERGMAN

La limpieza de sus imágenes

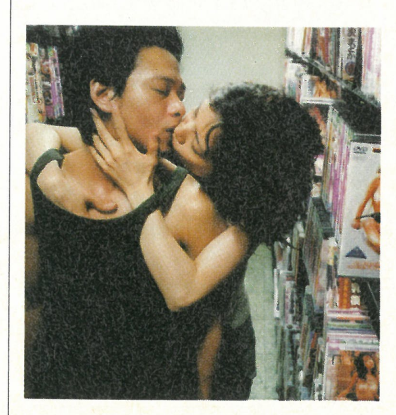
"Considere la limpieza de sus imágenes". Así empieza un precioso párrafo de los que François Truffaut le dedicó a Ingmar Bergman en *Las películas de mi vida*. El gran cineasta y mejor escritor francés equiparaba al gigante sueco con artistas de la estirpe de Eisenstein, Lang y Hitchcock, monstruos que controlaban cada milímetro de cada fotograma de cada una de sus obras.
Secretos de un matrimonio (1973) es quizá la única obra de madurez donde Bergman bajó la guardia y dejó que el ruido se convirtiese en un elemento creativo más. Treinta años después recupera a los dos protagonistas de aquel "desliz" y los obliga a reencontrarse. Nace *Saraband*, y con ella el pecado queda enmendado. Y de paso la intuición de Truffaut llega a extremos insoportables de pureza: todo lo que Bergman quiere que veamos está ahí. Y lo que no, también.
El reto del espectador es enfrentarse a esta pesadilla completamente desarmado porque cuando todo está a la vista no queda donde aferrarse ni donde esconderse. Es muy difícil orientarse en encuadres tan medidos, emocionarse con personajes tan matizados, creer en textos tan sinceros. Es terriblemente complicado no distraerse con una banda sonora tan rigurosa, exenta de cualquier tipo de artificio. Si dos personajes hablan en el porche de una casa de campo, lo único que se oye son las palabras. No suena nada más. Ni un pajarito, ni el rumor del viento entre los árboles, ni el roce de sus ropas con el mimbre de la silla. Sólo las palabras, leales a un guión escrito, seguro, a doble espacio, cuerpo de letra doce, Times New Roman, como mucho Courier (la Arial ya pecaría de ambigua).
Uno puede entregarse con toda su alma a la última película de Bergman, especular, seducirla e incluso calumniarla, pero ella nunca va a caer en el juego. Es demasiado honesta. Nació perfecta y por eso lo único que va a ofrecer es indiferencia, y con cuentagotas, que la indiferencia también hay que dosificarla. La única esperanza es aguantar mecha; y una vez cae el telón, quedarse un rato más ante ella, esperando un milagro que no llega. Deseando verla respirar. Pero ¿cómo iba a respirar algo que no está vivo? Era sólo cine. Ni siquiera eso. Era vídeo de alta, altísima, infinita definición. **Manel Martínez**

"LA VIDA SECRETA DE LAS PALABRAS" ISABEL COIXET
INTÉRPRETES: SARAH POLLEY, TIM ROBBINS, JAVIER CÁMARA.

El alma humana es difícil de explorar y mucho más difícil desnudarla en la pantalla de cine. No hay muchos cineastas que hayan conseguido reflejar con verdadera intensidad cómo son y sienten las personas en la intimidad de su interior. Pienso en momentos del cine de directores tan dispares como François Truffaut, Billy Wilder, Ingmar Bergman, Carl Theodor Dreyer y Theo Angelopoulos, que han conseguido conmover con films y enfoques profundamente humanistas.
Las dos últimas películas de Isabel Coixet –*Mi vida sin mí* (2003) y la que hoy nos ocupa– son dos bellas y muy hirientes aproximaciones al dolor humano, a los secretos del alma y también a la reconciliación y la esperanza. Lo que hace grande *La vida secreta de las palabras* es que esta aproximación no se queda en declaración de intenciones y voluntades, sino que el espectador ve realmente en pantalla el alma de los dos personajes protagonistas. Con una limpieza y una desnudez insólitas, Coixet nos sirve un film sincero y emotivo, maravillosamente bien interpretado y con un tercio final sencillamente prodigioso, capaz de dejarte planchada el alma. Una película humanista, ni más ni menos. **Toni Vall**

"FRÁGILES" JAUME BALAGUERÓ
INTÉRPRETES: CALISTA FLOCKHART, YASMIN MURPHY, ELENA ANAYA, GEMMA JONES.

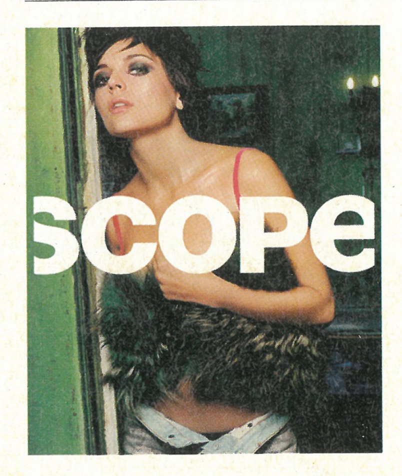
Entre el horror y el melodrama, el susto físico y la cosquilla sentimental, el tercer largometraje de Jaume Balagueró supone un islote de sugestión en el páramo del cine español. El director catalán consigue su mejor película con este cuento de fantasmas elevado a historia inspiradora por la vía de la emoción. Todavía hay cosas que pueden pulirse: como el mal cine de terror, *Frágiles* sufre de un aparato dramático renqueante, efectos de sonido atronadores y brutales, o una extraña fascinación por mostrar lo que no es necesario mostrar. Por otro lado, Balagueró ha mejorado una barbaridad como cineasta, dejando a un lado cualquier exceso epiléptico para aproximarse a la depuración extrema de M. Night Shyamalan o el antiguo Hideo Nakata. Otra referencia posible: el mejor Neil Jordan, el de *En compañía de lobos* (1984) y *El fin del romance* (1999), cuyo aliento romántico parece inspirar las bellas imágenes de esta cinta de horror en tributo al amor y la amistad. De acuerdo, flaquezas tiene, pero ganan las virtudes. **Juan Manuel Freire**



"EL SABOR DE LA SANDÍA" TSAI MING-LIANG
T.O.: TIAN BIAN YI DUO YUN (THE WAYWARD CLOUD)
I: LEE KANG-SHENG, CHEN SHIANG-CHYI, LU YI-CHING.

El estreno comercial por primera vez en nuestro país de una película de Tsai Ming-liang es todo un acontecimiento. Para los primerizos significará la presentación de un director con el mérito de reanimar nuestra amortecida capacidad de sorpresa. Los ya iniciados reencontrarán los elementos característicos del cine del taiwanés: un protagonista (Lee Kang-sheng, inseparable de Tsai) con un expresivo mutismo entre actor de cine mudo y Antonioni; la omnipresencia del agua aquí convertida en omnicarencia; los números musicales *retrokitsch* como forma de ensoñación de los protagonistas; los paseos (los personajes de Tsai no avanzan, deambulan) por una megalópoli que olvidó hace tiempo su talla humana; un humor que se da la mano con el de Kaurismäki... La novedad de *El sabor de la sandía* es su inesperado tono romántico. Hasta ahora los habitantes del universo de Tsai coincidían, pero no se encontraban. Aquí la pareja intenta hacer funcionar una relación, marcada por un fuerte condicionante: el chico, actor de porno, no se atreve a confesarlo a su pareja, con quien mantiene una relación casi naif. La genialidad del film llega a su súmmum en la secuencia final. Sólo un director como Tsai podía plantear un plano tan chocante, incómodo y sorprendente como éste, apropiarse de las técnicas del porno (ese primerísimo primer plano visual pero, sobre todo, sonoro) para firmar uno de los finales más (viscosa y) heterodoxamente románticos del año. Orgásmico. **Eulàlia Iglesias**

eject



ELENA ANAYA
A SU ALREDEDOR, LA VIDA CONGELADA
POR TONI VALL
(VIENE DE LA PÁGINA 144)

_UN DIRECTOR AL QUE LE SEAS SIEMPRE FIEL.
_HAY MUCHOS. ME FASCINA ISABEL COIXET. TAMBIÉN ICIAR BOLLAIN, JULIO MEDEM, FERNANDO LEÓN, DAVID TRUEBA, PEDRO ALMODÓVAR...

_¿Y EXTRANJEROS?
_QUENTIN TARANTINO, WOODY ALLEN, DAVID CRONENBERG...

_¿HAY ALGÚN LIBRO QUE SIEMPRE REGALES?
_ME GUSTÓ MUCHO 'SEDA' DE ALESSANDRO BARICCO, PERO NO ES QUE LO HAYA REGALADO MUCHAS VECES PORQUE YA LO TENÍA TODO EL MUNDO.

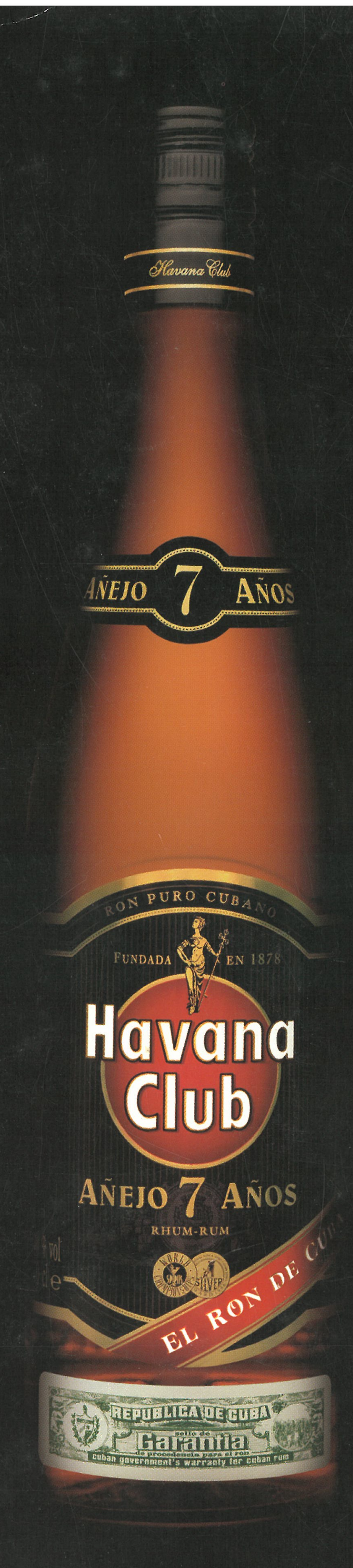
_¿ESTÁS AL DÍA DE LAS MODAS?
_NO TENGO DEMASIADO TIEMPO PARA DEDICARME A ESTAR AL DÍA. A VECES LEO COSAS QUE ME INTERESAN MUCHO PERO QUE TAMBIÉN DAN UN POCO DE MIEDO. ME GUSTA QUE LA VIDA SE MODERNICE, PERO PREFIERO MIRAR DESDE LEJOS Y QUE ME SIGA APETECIENDO ESCUCHAR UN DISCO DE VINILO.

_¿ALGÚN VIAJE TE HA CAMBIADO?
_ME IMPRESIONÓ MUCHO UN VIAJE A LA INDIA QUE HICE HACE MUCHOS AÑOS. FUE UNA DE ESAS EXPERIENCIAS QUE SE QUEDAN SIEMPRE CONTIGO.

_OYE, ¿Y QUÉ HA SIDO 'ALATRISTE'?
_UN BUEN VIAJE. HE CONOCIDO GENTE FASCINANTE. HE VIVIDO EN OTRA ÉPOCA Y HE SENTIDO LO QUE ES ANSIAR LA LIBERTAD.

_¿Y VIGGO MORTENSEN?
_ES UN AMOR, UN REY, UN DIOS. TODO LO BUENO QUE TE DIGA DE ÉL ES POCO. UN TIPO QUE ADORA A LA GENTE CON LA QUE ESTÁ POR MOTIVOS DE VERDAD. UN CABALLERO, SÚPER AMIGO, GRAN ACTOR Y MEJOR PERSONA.

FIN.


Havana Club
AÑEJO 7 AÑOS
RON PURO CUBANO
FUNDADA EN 1878
Havana Club
AÑEJO 7 AÑOS
RHUM-RUM
EL RON DE CUBA
REPUBLICA DE CUBA
sello de
Garantia
de procedencia para el ron
cuban government's warranty for cuban rum